ممدوح فهمي

العلاقات العامة
و
فنون الممارسة

العلاقات العامة

و

فنـــون الممارســـة

ممدوح فهمى

يناير ٢٠٠٤

فكرة الغلاف
و
الإخراج الفنى

للفنان
محمد رضا

الطبعة الأولى

mam-fahmy@hotmail.com

العلاقات العامة
و
فنـــون الممارســـة

بسم الله الرحمن الرحيم

إهـــــداء

إلى روح أمى

وروح أبى

رحمة الله عليهما

م . ف

المحتوى

كلمـــة ..

عــرفت الأســتــاذ ممدوح فـهـمى أديبـــاً من الطــراز الـفكرى ، يكتب المســرحـــيـــة والســـيناريو والمسلسل التليفزيونى.. وقرأت له إلى جانب ما شاهدت أعمالاً تسبق زمنها وتحتاج إلى الزمن القادم لكى تتنفس وتعيش .

وفوجئت بالجانب الآخر للأديب المفكر .. شئ مختلف تمامــاً ، ربما كــان هو الــزاد الذى أمــد أعــمـــاله بهــذا التنوع ، وربما كـانت أعـمـاله هى الزاد الذى أمـد جـانبـه الآخر ، العلاقات العامة .. العمل والمهنة والدراسة ، وهى الأساسيات التى أضاف إليها وأبدع فيها ، فلم تعد مجرد عمل ومـهنة ودراسة ، والدليل أنه اتجه فيـها جميعاً إلى التنظير ، من واقع الخبرة والممارسة .

وجاءت المفاجأة الأخرى .. فالتنظير ابتعد عن الدراسة الجافة والقواعد الجامدة والأصول الثابتة .. فقد تحول إلى فن من الفنون التى تحـمل الرؤية والمتـعـة ، فـضــلاً عن التأصيل ..

لقد قدم لنا الأستاذ ممدوح فهمى قطعة أدبية ، قد تهم العـاملين فى هذا المجال فى المقـام الأول ، ولكنهـا تهـمنا جـمـيعـاً لكى نتـعرف على بروتوكول وإيتـيكيت هذا العمل الممتع حقاً ، العلاقات العامة .. مهنة الورود والشموع !

فتحي العشري

مقــدمة

لما كانت العلاقات العامة هى الوسيلة غير المباشرة لتحقيق أعلى قدر من التـوافق مع الآخـرين ، وذلك فى ظل التـبـاعـد والتـبـايـن وتقـاطع المصـالـح المطرد الذي نشـهـده الآن ، ولأنهـا أيضاً الأداة الحضارية والإنسانية فى مواجهة العديد من المشاكل التى تؤثر على الأداء .

فإننا من هذه الزاوية ، نتطلع إلى رؤية عملية لتفعيل هذا الدور كى نصل فى النهـايـة إلى كل مـا هو نافع ومـفـيـد من وجـودها في صلب التنظيم ، وكـجـنـاح مـسـاعـد للإدارة العليـا ومتلاحمة معها .

إضافة إلى ما تقدم ، فإن العلاقات العامة تعتبر بمثابة

المستشار الفنى للإدارات العليا ، سواء فى التخطيط أو رسم السياسات أو مراجعة القصور وأوجه الخلل فى بعض الأحيان .

ولقد لوحظ ومع بداية القرن الماضى ، ضرورة النهوض بتلك الوسيلة الفاعلة وأيضاً ضرورة إعداد الرجال الأكفاء لها ، والمنتقين من ذوى الخبرة للنهوض بمسئولية هذا الجهاز الحيوى ، للوفاء بالمهام التى توكل إليهم وذلك إنعكاساً لحجم الأعمال وتنوعها وزيادة عدد العاملين والمتعاملين داخل المنظمات وزيادة رقعة الأسواق والمنافذ وظهور سلع جديدة ومتطورة وتكتلات تجارية وصناعية واقتصادية متجابهة ، كل ذلك بالطبع أدى إلى نوع من التضاد والتصارع ، وبرزت الحاجة عندئذ إلى ضرورة البحث عن أسلوب أمثل للتواصل مع الغير ، وإعلامه بما يميز خدمة عن خدمة ، أو تجارة عن تجارة ، أو صناعة عن صناعة ، وغيرها من أوجه النشاط ، واستقر الرأى إلى إيجاد أناس يتفرغون لتلك المهمة ويعملون من أجلها ومن هنا جاء دور رجل العلاقات العامة ، وما يمكن أن يقوم به بالعلم ، للعمل على إبراز تلك

الإيجابيات ، وبالمنهج الذى يحقق تقبل الآخرين له ولرسالته .

كما وأن الجانب النفسى للعاملين داخل المنظمات ، أكتشف أنه الآخر فى حاجة لمن يهيئه وصولاً بهم إلى أعلى قمم النجاح ، وذلك لايتأتى أيضاً إلا إذا شعر كل منهم أن من خلفه إناس يعملون على راحته ، وتجديد طاقته ، والتفكير المستمر فى كل ما يشتته ، ليتفرغ فى هدوء وطمأنينة إلى عمله وفى شعور تام بالرضا وبروح الإنتماء وتناغم عمل الفريق الواحد .

هذا .. ولقد تلاقت النظريات والمعلومات التي تناولت التعريف بالعلاقات العامة ودورها السحرى في التأثير على الناس ، بما يتلخص فى أنها سلوك إنسانى لتحقيق المنفعة الخاصة فى ضوء المنفعة العامة ، وذلك عبر قنوات إتصال متعددة ، سواء باللقاءات الشخصية أو المراسلة أو عبر وسائل الإعلام أو تنظيم الاجتماعات والزيارات للوفود أو إصدار النشرات والكتب وغيرها ، وذلك كله بهدف تنمية الدور الإدارى لأى منظمة تريد لنفسها التميز والنجاح .

وبنظرة تاريخية للعلاقات العامة ، فإنه يمكن القول أن

بذورها قد غرست منذ فجر التاريخ ، ومع ظهور الحضارة الفرعونية وما تركته لنا من نقوش وآثار ، فلقد كان ملوك تلك الحقبة يدونون على الأحجار قوانين بلادهم ، وانتصارات حروبهم ، والدعوة إلى دياناتهم المتغيرة والباحثة عن ما يسعون إليه بالنظرة الفطرية إلى فكرة التوحيد ، كذلك فإن الديانة اليهودية التى جاءت بعد ذلك جاءت بمفاهيم - فى أصولها الحقيقية - تدعو فى مجملها إلى تكريم الإنسان عبر رسالة سماوية واضحة لإعلام بنى البشر بأنها البداية لما سيأتى بعدها من رسالات .

أيضاً .. فإنه ومع ظهور الديانة المسيحية ، فلقد لعبت الكنيسة دوراً لا يستهان به فى نشر تعاليمها منذ القرون الوسطى وحتى عصر النهضة كما هو معروف .

وبالتدرج التاريخى ، جاء الإسلام ، وجاءت معه فكرة الشورى والاستعانة بخبرة الغير ، وأصبحت المنابر والمساجد من أهم قنوات الاتصال لنشر الدعوة والتوعية بهذا الدين الخاتم لكل الرسالات.

غير أن العلاقات العامة التى نعرفها الآن ، قد اتضحت معالمها خلال القرن التاسع عشر الميلادى - كما قدمنا - حيث أرسى أسسها الفكر الأوربى والأمريكى ، وأصبحت علماً قائما بذاته يجتمع فيه علم النفس ، وعلم الإدارة وعلم الإجتماع وعلم الإقتصاد وفنون الدعاية وفنون التأثير على الأفراد والمجتمعات .

وإذا كان لكل علم جانبه النظرى وجانبه التطبيقى ، فإننا نرى أن الجانب التطبيقى لهذا العلم لم ينل حظه مثلما نالت المبادئ والنظريات .. لذا فإننا نرى أن جانب التطبيق هذا يحتاج إلى المزيد من نقل الخبرة وذلك لجعل الممارسة أكثر نجاحاً ووضوحاً ، وأكثر تجنباً وتحاشياً للأخطاء .

ذلك أن رجل العلاقات العامة وبتشعب أوجه نشاطه اليومى ، فهو فى حاجة دائمة إلى ما يرشده ، للإمساك بخيوط التصرف المميز ، ومن ثم الوصول بعلمه وعمله إلى أبعد غايات الرقى فى التعاملات .

من هذا المنطلق - ومن خلال ما جمعته عن هذا الفكر

من جوانب شتى للمعرفة - ومن خلال تجربتى الخاصة ، وعلى مدى عشرون عاماً من العمل فى هذا المجال ، ومن خلال محاضرات شرفت بإلقائها على بعض المجموعات المتنوعة من السادة الدارسين ، فلقد ضمنت كل ما تقدم فى هذا الكتاب الذى بين يديك الآن .

ولكن قبل أن ننتقل سوياً إلى ما يحويه من موضوعات فإنه من الواجب والحق أن أشير إلى مؤسسة كبرى عملت بها فى مسيرة عملى العام ، وكم كانت قيادتها مقدرة وداعمة لدور العلاقات العامة بها ، خاصة عند بداية تطويرها مما كان يسمى بالضرائب على الإستهلاك ، وتحويلها إلى صرح ضريبى معاصر وهو الضرائب على المبيعات ، تلك التى أسهمت كثيراً فى رسم سياسات الدولة المالية بفكر متقدم جديد ، جعل منها نموذجاً يحتذى به فى عملية أى تطوير ، ذلك أنها أولت هذا الجهاز ومن اللحظة الأولى كل الرعاية والإمكانيات كى يكون متجانساً مع هذا التحول النوعى والهام الذى نراه الآن .

أيضاً .. فإن مصلحة الجمارك وكما يشاع عن طبيعة عمل

العاملين بها أنه بشكل أو بآخر يتماس مع خط العلاقات العامة ، إلا أن عمومية تلك العلاقات لم تصل إلى حد التخصص والاحتراف الذى نتحدث عنه ، والذى يبدو أنه قد وجد صداه أخيراً كذلك فى عملية التطوير والتحديث التى تمر بها الجمارك حالياً ، إذ قد مضى وقت طويل دون أن ينال هذا الجهاز بها أى دعم أو اهتمام ، وفى نظرنا أن الوقت أصبح مناسباً تماماً لإعلاء شأنه وفاعليته مع ما تشهده المصلحة الآن من تحرك نحو التجديد والإصلاح .

ويبقى في نهاية تلك المقدمة أن أتقدم بالشكر لأخى وصديقى العزيز الأستاذ فتحى العشرى الكاتب الصحفى والناقد المعروف ، لكلمته الرقيقة لهذا الكتاب والذى إذا كنت قد فاجأته به فهو أيضاً قد فاجأنى بهذه الكلمة المشكورة من جانبه ، له منى خالص التقدير وعظيم الإمتنان .

الفصل الأول

سمات الشخصية

المقصود بسمات الشخصية ، هو الوصف المفترض لما ينبغى أن يكون عليه رجل العلاقات العامة ، وذلك من الناحية الفسيولوچية والسيكولوچية أى التكوين البدنى والذهنى له .

فى هذا الإطار .. فإنه من غير العملى أن يكون رجل العلاقات العامة يعانى من إعاقة جسمانية مثلاً تحول دون تحركه وأداؤه البدنى على الوجه المطلوب .

كذلك فإنه من غير المعقول أن يكون رجل العلاقات العامة يعانى من مشاكل نفسية تنعكس بدورها على تعاملاته مع الآخرين .

أيضاً .. فإن هناك من السمات الشخصية المفترضة لرجل العلاقات العامة ، ما يسمى بالسمات الذاتية والسمات المكتسبة ، إذ لا يوجد إنسان على وجه الأرض قد تجمع فى سماته الذاتية ما يعينه على التفهم والتعامل مع كل الأشياء، بل أنه فى حاجة دائمة للعديد مما يكتسبه ، سواء من العلم أو الخبرة ، أو ما يسمى بتجارب الفشل وتجارب النجاح وتلك السمات لها أيضاً وجاهتها ، ولا يمكن لدارس أن يتجاهلها فهى مكملة ولصيقة بما ذكرناه من سمات .

ولشرح ذلك تفصيلاً فلابد وأن نوجز المواصفات أو السمات كما سميناها بصدر الموضوع وذلك فيما سيتبع من نقاط .

١ - المظهر العام

تحدثنا فى التعريف بالسمات الشخصية ، أنها تشتمل على جانبين أساسيين . الأول هو الجانب الجسمانى والثانى هو الجانب النفسى ، وقلنا فى الجانب الجسمانى أن رجل العلاقات العامة لابد وأن يكون صحيح البدن ومعافى ، وبالتبعية فهو صحيح الحركة ، صحيح النطق ، صحيح الذاكرة ، وغيرهم من مفردات التكوين الخلقى الصحيح .

لكننا هنا ، نود أن نشير إلى جزئية أخرى لها أهميتها ومكملة بل ومؤازرة لكل تلك المفردات ، إنها المظهر العام ، إذ ينبغى على رجل العلاقات العامة أن يعتنى بتلك الجزئية وعلى مدار الساعة لو تطلبت الظروف .

إن حسن المظهر ، وجمال الهندام والمحافظة على تناسق الألوان وحداثة الموديلات لا يعنى بالضرورة التفرغ الكامل لمواكبة آخر الصيحات العالمية ومحاكاتها إلى ما انتهت إليه الآن ، ولا يعنى أيضاً المغالاة فى التكلفة أو الإنفاق ، ولا يعنى كذلك الإفتعال فى التأنق ، حتى لا يأتى ذلك بصورة عكسية

تنافى المطلوب ، فالبساطة هى سيدة الذوق إذا ما أحسن توظيفها وفهم تناولها .

خلاصة القول .. فإننا نؤكد على أن رجل العلاقات العامة ، لابد وأن يضع نصب عينه أنه يمثل جهة لها مكانتها ووزنها ، وإن أى إخلال بحسن مظهره سيكون مردوده بالطبع على تلك الجهة ، إما الإحترام وإما بعد التقدير ، ذلك أنه بمظهره العام إنما يعتبر واجهة متحركة لمنظمته ، والواجهة دائما تعطى الانطباع الأول إن لم يكن الأول والأخير ، هذا الانطباع الذى سيبنى عليه مستقبل التعاملات التى لا تستمر أبداً ولا تنمو مع الفشل فى البدايات .

٢ - اللباقة وحسن التصرف

إذا كانت السياسة تقوم على فن الممكن ، فالعلاقات العامة يمكن وصفها بأنها قد استلهمت هذا المفهوم وأصبحت تحاكيه ، بل وتزيد عليه ، فهى فى شغل شاغل لكسب ثقة الآخرين ، والإبتعاد قدر ما يمكن عن الدخول فى مواجهات أو مآخذ ، تحد من مسعاها نحو التجاذب والتآلف .

ولشرح هذا المعنى فإننا نقول ، أن رجل العلاقات العامة لابد وأن يتمتع بقدر كبير من اللباقة فى مواجهة الحدث سواء المتوقع منه أو العارض .

أيضاً فإن على رجل العلاقات العامة ، أن يجيد فن التخاطب والتحاور على مفهوم أن "لكل مقام مقال ولكل حادث حديث " .

كذلك .. فإنه من الضرورة بمكان ، أن يجيد رجل العلاقات العامة ، فنون فتح مجالات التحدث وتوجيهها - فى ذكاء - إلى أقصى درجات الإيجابية ، بما يعود بالنفع عليه أولاً ، ثم على الطرف الآخر فى التحاور ثانياً ، وذلك دون تكلف

ودون رتابة يمل معها الحوار .

إضافة إلى هذا .. فإننا ننبه إلى أن هناك دائماً أسرار خاصة بكل عمل ، لا ينبغى معرفتها للغير ، وإن كشف تلك الأسرار إنما يعرض المنظمة وكيانها للعديد من المخاطر ، ولهذا فإن على رجل العلاقات العامة ألا ينزلق فى التحدث ولو من باب المباهاة فقد يكون فى ذلك إفشاء لأسرار عمله وهنا فإننا ننصح بعدم الخوض فى الحديث نهائياً فى هذا الجانب لا من بعيد أو من قريب .

كما وأن المجاملة فى التحاور وإشاعة جو الألفة مع الآخرين لا يكلفك الكثير ، شريطة عدم الإفراط فى المديح وعدم الإفراط أيضاً فى تأكيد حميمة العلاقة ، خاصة وإن كانت فى مراحلها الأولى ، لأن ذلك يعنى دون شك التملق والسطحية وإعطاء الانطباع الخاطئ عنك وعن المنظمة التى تمثلها بوجه عام .

٣ - المعلومات العامة

لأن رجل العلاقات العامة ، ومن مسمى وظيفته ، انه ملم بأمور عدة وعلاقات متشعبة ، فإن ذلك بالضرورة يستتبعه بأن يكون على دراية لا بأس بها من المعلومات العامة المتفرقة ، التى تشتمل فى الداخل مثلاً ، معرفته بالمزارات السياحية والفنادق والوزارات والهيئات والنوادى والملاهى وغيرها من الأماكن العامة والحكومية ، التى قد يطلب منه التوجه إليها ، سواء بالوفود التى يصاحبها ، أو بمفرده للتعامل معها كإستخراج جوازات السفر ، أو حجز تذاكر الطيران أو الحصول على تأشيرات من السفارات والقنصليات للدول المعتمدة فى بلده، أو معرفة أرقام وأماكن المستشفيات لمعاودة المرضى من زملاؤه والمحيطين .

كذلك .. فإن من واجباته أيضاً ، الإلمام بعادات الشعوب وطبائعها ، كى يعد برامجه فى إستقبال الوفود القادمة ، بما يتناسب مع متطلباتها ، فالوفود العربية مثلاً ، تختلف عن الوفود الأجنبية ، إذ لكل عاداته وتقاليده التى لا يمكن

جمعها فى إطار واحد ، بل إن التعارض ممكن أن يطال حتى نوعية الشريحة الواحدة ، فالفرنسيين مثلاً غير الأمريكيين ، غير اليابانيين ، غير الألمان ، كل له طبائعه فى طعامه وشرابه وذوقه الخاص .

وعلى ذكر الوفود الأجنبية وفى خصوصيتها تحديداً ، فإننا نؤكد هنا على ضرورة تنمية وتحديث رجل العلاقات العامة للغات التى يعرفها ، ذلك أنها تعتبر من أساسيات عمله والتى بدون إجادته لها لا يستطيع التواصل مع الآخرين ، إذ يجب أن يكون ملماً بلغتهم جيداً أو على الأقل باللغة السائدة بينه وبينهم فى العالم - الإنجليزية - وهى إن لم تكن للتحدث وفهم ما يعنيه الآخر ، فهى لصميم معرفته بالمستجدات ، إذ كيف يتعامل هذا الرجل مع مستحدثات العصر من أجهزة وتقنية متقدمة قبل أن يتعامل مع الوفود الأجنبية من الزائرين ، فاللغة إنما تمثل ركناً هاماً من جوانب العمل وهى بحاجة مستمرة ويومية إلى الممارسة والتنشيط .

وجدير بالذكر أن ننوه هنا أيضاً إلى الدراسة الإستباقية عن

الوفد الزائر ، ذلك إنك حين تدرس محلية هذا الوفد ومعلومات عن بلده تجعلك فى موقف أفضل عن هذا الذى لا يعرف حتى إسم عاصمة بلد الوفد الزائر ، ولاحظ يا صديقى أن العالم كله يعرف مصر بما لها من كنوز أثرية تساوى ثلثى آثار العالم تقريباً ومن الخجل أن يعرف الزائر كثيراً عن بلدك وأنت لا تعرف إلا القليل للأسف عن بلاده ، حاول أن تعرف أهم ما يشتهرون به ، وأهم معالمهم وأهم مدنهم وأهم شوارعهم المعروفة للمال والتجارة ، حاول فهذا سيجعل منك شخصاً قريباً إليه وسيوفر عليك الكثير فى سعيك للتآلف والتجاذب معهم .

٤ - القدرة على إمتصاص ردود الأفعال

بداية .. تأكد يا صديقى أنه مهما كانت دقتك فى ترتيب البرامج ومواعيدها وأماكنها والمسئول الذى سيلتقى به الضيف ووقت بداية اللقاء ووقت إنتهاؤه ، إلا أن هناك أمور عارضة قد تحدث وتؤثر سلباً على تلك البرامج .

تأكد أنك مهما رفعت أو اعتمدت الشعار القائل "إننا لا نترك مجال للصدفة أو الظروف كى تحدث أثرها "فإن هذا الأثر من الممكن جداً حدوثه ومهما أحكمت قبضتك وتصوراتك عن الأخطاء وكيفية تلافيها .

هل سألت نفسك ماذا لو أحضرت وفداً لمسئول سوف يلتقى به بعد أن حددت له الزمان والمكان وللأسف لم يجد هذا المسئول فى إنتظاره؟ هل سألت نفسك لو اتصلت بأحد المطاعم لإعداد مأدبة عشاء أو غداء وفوجئت عند وصولك بالوفد بأن المطعم مزدحم بالرواد وطلب منك تأجيل الموعد لمدة ساعة؟، هل سألت نفسك لو كنت تصاحب وفداً لمشاهدة أحد المشروعات واستوقفك رجال الأمن لعدم تلقيهم تعليمات بالنسبة لتلك الزيارة؟. وغير ذلك الكثير الذى من الممكن أن

يصادفك ، ماذا تفعل ؟. وما هى قدرتك على امتصاص ردود الأفعال ؟ ناهيك عن الحرج الذى أنت به ، والذى إن لم تستعد له ، فسيشل تفكيرك تماماً .

نصيحة أن تعد نفسك مسبقاً لمثل تلك المواقف وأن يكون تقبلك لها تقبل غير انفعالى واعلم أن مفتاح الحل لأى مشكلة من هذا النوع بدايته الاعتذار أولاً ، ثم إحاطة الضيف بالظروف المقنعة بالموقف ثانياً ، ثم إيجاد البديل الفورى للعبور من تلك الأزمة فى النهاية .

أيضاً .. قد يفاجئك أحد ممن ترافقهم بطلب غير متوقع سواء كان هذا الطلب يستتبعه إنفاق مادى وليس فى جيبك ما يغطى تكاليفه ، أو طلب يتعارض مع قيمك الروحية ، كأن يدعوك ضيف أجنبى مثلاً وفى نهاية يوم عمل للدخول معه إلى حانة !! أنا عن نفسى تعرضت للموقفين ، وكان جوابى عن الأول أن يكون له ما يريد قبل أن يغادر بأفضل من النوع الذى أمامه والثانى كان جوابى بأننى لم أعد نفسى لهذا العرض المشكور لارتباطى بمواعيد هامة فى الصباح الباكر ودون أن أضعه فى حرج، ماذا ستقول أنت ؟ ؟ هذا يرجع لإختيارك .

٥ - الذاكرة النشطة

لأن عمل رجل العلاقات العامة عديد ومتشعب كما وضحنا فى موقع سابق ، فإن ذلك يلقى بظلاله على قدرة هذا الرجل فى تنظيم ومتابعة برامجه وحصر ما تم وما لم يتم من أعماله.

ومع افتراض أن الأعمال التى يقوم بها رجل العلاقات العامة قد حددت فى صورة برامج عمل مدونة كما هو متفق عليه ، إلا أن ذلك لا يقلل أو يلغى أهمية أن يكون لديه ذاكرة نشطة ومرتبة تساعده وتكمل إنجاح تلك البرامج .

وإذا أردنا أن نورد ذلك فى مثال قد يحدث ، فإننا سنفترض أن هناك وفداً تصاحبه ، وأثناء تواجدك معه اكتشفت أن البرنامج الذى معك قد فقد لسبب أو لآخر ، على ماذا تعتمد إذا وفى ضوء تعذر وسيلة اتصال بينك وبين الإدارة هل ستكتفى بما أنت عليه ؟! أم تعود بهذا الوفد لمكان عملك لتحصل على نسخة أخرى من البرنامج ..؟

هنا يبرز دور الذاكرة النشطة ، تلك الذاكرة التى ستعتمد كثيراً عليها فى تحركاتك حتى ولو كان البرنامج الذى ستنفذه برنامج غير نمطى وجديد ولم تتعود عليه فى سابقات أعمالك .

كمـا وأن الذاكـرة النشطة التى نـتحـدث عنهـا ، لا تـقف عند حدود المثال الذى أعطيناه بل تتعداه فى الربط بين ما أنت فيه من عمل وتكليفات أخرى أوكلت إليك ولو شفهية وعليك أن تقوم بها وفى نفس الساعة ، كالإتصال تـليفونياً ببـائع الزهور لإرسال باقـة ورود لمجاملـة أحدهم ويأتى الاهتمـام بهـا على نفس قـدر اهتمـامك بمصـاحبـة الضـيف الذى أنت مـعـه وعلى نفس قـدر اهتمامك أيضاً للتحضير الفورى لعمل لاحق .

٦- الثقة بالنفس

خيط رفيع بين الثقة بالنفس والغرور ، ولأنك كما أوردنا سابقاً واجهة تمثل المنظمة التى تعمل بها ومحط أنظار الكثير ، إلا أن ذلك لا يعنى إطلاقاً إنك الأهم ، أو انك المسئول الأول هنا عما يحدث من أمور .

إن التواضع مع الغير ، ومعرفة الإنسان لحجمه ، لا يتعارض نهائياً مع كيانه أو ثقته بنفسه ، بل أن ذلك يزيده مكانة واحتراماً من الجميع .

ولكى تؤكد ثقتك بنفسك ، عليك دائماً أن تنمى معارفك وعلمك بما أنت مقبل عليه من مهام .

وعليك أيضاً أن تكتسب بالتعامل ثقة الآخرين ، وذلك بأن تكون وفياً بوعودك ، صادقاً فى أفعالك ، مترفعاً عن الصغائر ، متحملاً لمسئولياتك ، محترماً لمواعيدك ، ملتزما فى تكليفاتك .

لا تغتر بأنك فى دائرة الضوء ، ولا تغتر بقربك من الرئاسة ولا تغتر أيضاً بأنك قد تلتقى بشخصيات هامة أو صناع

القـرار ، فطبيـعة عملك هى التى تسمح لك بذلك وليـس لشخصك أنـت ، فـأنـت تقـوم بعـمـلك الـوظيـفى تمـامـاً كـأى زمـيـل وفـى أبـعد المواقع .

ويبقى يا صديقى أن تعرف أن الثقة بالنفس فى محتواها الموضـوعى والحـقـيـقى ، هـى عـلامـة من عـلامـات التـفـهم للمسئولية، وان الإفراط والتطرف فى تلك الثقة هو بداية الهدم لأقوى ما يمكن أن يتحقق من إنجازات .



الفصل الثانى

أبعـــاد المهمـــة

تعرفنا فى الفصل الأول على مواصفات الرجل ونقصد بالطبع رجل العلاقات العامة ، ونود أن نلفت النظر هنا بأن قولنا رجل العلاقات العامة لا يعنى تحيزاً للنوع أو الجنس ، بل نطلقها مجازاً وكما جرت العادة على مسمى الشخصية ليس إلا ، فكم من نساء قد تصدت لتلك المهمة وأبدعت فيها وتفوقت أحياناً على أداء الرجال فالعبرة أولاً وأخيراً بالعطاء وليس بالجنس أو النوع .

على أية حال ، فإنه بعد التعريف بالسمات الشخصية للشخص المطلوب للعلاقات العامة فإنه ينبغى علينا أن نتعرف على مهمته ، إذ ليس هناك وظيفة بدون مهام وليس هناك مهام بدون وظيفة ، الإثنان متلازمان .

والمهمة التى توكل لرجل العلاقات العامة ليست بالسهلة وليست محصورة فى المعنى الضيق لعبارة " توطيد العلاقات " .

علينا أن نسأل أنفسنا جيداً عن أبعاد ودلالات هذا المعنى، إذ مع من توطد العلاقات ، وكيف توطد تلك العلاقات ؟ وماهى الأساليب الفعالة لتوطيدها؟ وهل بدون خبرة يمكن أن نوطدها؟.

أسئلة كثيرة تطرح نفسها حول تلك الكلمتين الذهبيتين واللاتى يعتبرن فى الواقع هما مفتاح الدخول إلى هذا العالم المكتظ بالأسرار .

هل سأل أحد منا نفسه كيف أُنشئ العلاقة قبل أن يسأل نفسه كيف أوطدها ؟ هل سأل أحد منا نفسه من هو الشخص الذى يجب أن أنشئ معه علاقة لأوطدها مستقبلاً ؟

هل سأل أحد منا نفسه هل العلاقات تصنع أم أنها تأتى أم أنها مسعى دؤوب صعب المنال ..؟

كل هذا وغيره سنتناوله فى موضع آخر من هذا الكتاب وبالتحديد فى الفصل القادم منه وسنحاول أن نجيب على تساؤلاتك حتى التى قد لاتكون حاضرة معك الآن .

غير أن مهمة رجل العلاقات العامة مهمة متشعبة وإن كان شكل التحرك فيها يعتمد على ثلاثة أبعاد رئيسية . الأولى متطلبات المنظمة والثانية متطلبات العمل والثالثة متطلبات الاستمرار .

لكن هذه الأبعاد الثلاث كيف تتحقق ؟ وكيف تتلاقى فى

تناغم دون نشاز أو إخفاق ؟ وكيف نخرج فى النهاية بها إلى أبعد النجاحات .

قال سقراط : (إعرف نفسك) ونحن نرى أنه لمعرفة النفس لابد وأن نعرف أيضاً الآخرين ، نعرف نقاط قوتهم ونقاط ضعفهم ، نقاط ما يقدمونه من عطاء ونقاط تعثرهم فى الأداء ، نقاط ما يسعدهم ونقاط ما يحبطهم ، نقاط عديدة تشكل لنا ممن حولنا معرفة أنفسنا ، معرفة ما ينقصنا فنستزيد منه ، ومعرفة ما يتلاقى مع أفكارنا فنفخر بأننا متقاربون .

ليس كل منا موسوعة كاملة تمشى على الأرض ، وليس كل منا بدون مكتسبات للخبرة والمهارات من الغير ، يستطيع أن يتقدم ولو بخطوة للأمام ، وعليه فإن أبعاد المهمة التى نتحدث عنها لابد وأن تدعم بالمعرفة أولاً ، ثم بتعظيم قدراتنا المهنية ثانياً ، ثم بالممارسة العملية وتجربة الخطأ والصواب ثالثاً وكما ألمحنا وهذا ليس محظور أو مرفوض ، فقط علينا أن نعرف ، وأن نبحث فى قواميس العلم عما يعيننا على حسن الأداء .

١- متطلبات العمل

قد تختلف كل منظمة عن الأخرى فى طبيعة عملها بين خدمية أو سلعية ، وقد تختلف فى حجمها بين مشروعات صغيرة وأخرى كبيرة يتعدى نطاقها إلى خارج الحدود ، وقد تختلف أيضاً فى نوعيتها بين مؤسسات حكومية أو عامة أو مملوكة لمجموعة من المساهمين أو الأفراد .

لكن تلك المنظمات مهما اختلفت أشكالها إلا أنها تتلاقى جميعها فى إرتباطها بعلاقة مباشرة أو غير مباشرة مع جمهور المتعاملين ، كما أنها تتلاقى أيضاً فى أن من يقوم بتحقيق أنشطتها هم من ينتمون إليها من جمع العاملين .

ولأن كل منظمة إنما تتشكل لتحقيق عائد ما ، سواء كان هذا العائد مادى أو معنوى ، إلا أن هناك عائد محدد ومعروف تعمل من أجله .

ولا يمكن ونحن فى عصر العولمة ، وتضارب المصالح ، وتطاحن الشعوب من أجل الحياة ، لا يمكن أن ننكر أبداً أن العائد المستهدف لأى منظمة كانت ومن الآن

وصاعداً ، إنما هو عائد مادى يصب فى مجمل الدخل القومى العام لأى بلد من البلاد ، وإن كانت بعض الدول ومنها مصر على سبيل المثال ما زالت تنظر للبعد الإجتماعى وتموله بطريقة أو بأخرى ، إلا أن ذلك يعتبر متماشياً مع فترة إنتقالية ، تسعى فيها كل دولة لتفعيل قدرتها الإقتصادية ، حتى تستطيع أن تواجه ما ينتظرها من تحديات .

هنا ، فإن أى منظمة تدفع بكل طاقاتها وقواها لتجد لنفسها مكان تحت الشمس كما يقولون وإلا اختفت من الوجود كإسم وككيان .

ومن الآليات التى تدفع بها المنظمات للوصول إلى أهدافها الرئيسية أو الفرعية ، تلك الأجهزة النشطة والتى من الممكن أن تحدث الآثار الإيجابية لتحقيق تلك الأهداف ، ومن أهم تلك الأجهزة بالطبع ، أجهزة العلاقات العامة أداة الوصل بين المنظمة والآخرين ، سواء كانوا بداخلها ويحتاجون إلى من يدعم جهودهم ويشحذ هممهم أو من خارجها ويحتاجون الى التعريف بها وبما يمكن أن تقدمه لهم من إمكانيات .

غيـر أن أداة الوصل هذه - العلاقـات العامـة - يمكن أن تلعب دوراً آخر فى تحقيق أهداف المنظمات وذلك جنباً إلى جنب مع أجهزتها الأخرى كأجهزة المبيعات أو المشتريات وذلك بوضع الدعاية السابقة والكافية لعمل كل منهم ، ففرق كبير بين أن يعرض رجل مبيعات منتجات شركته المجهولة لدى الآخرين وآخر يعرض منتجات شركته المعروفة بالأسواق .

أيضاً ، فإن أجهزة المشتريات هى الأخرى فى حاجة إلى دعم من العلاقات العامة ، فالعلاقات العامة هنا هى التى فى مقدورها إعطاء الضمانات المعنوية للمنظمة وذلك بتعريف الآخرين بها وبحجم تعاملاتها ، وبحجم مبيعاتها وبحجم قدرتها على الوفاء ، وذلك بالدعاية أيضاً وبالتواصل مع الموردين .

ولا يتوقف عمل رجال العلاقات العامة عند تلك الحدود بل يتبعها فى تفاصيل أخرى وأخرى بتحقيق أهداف المنظمة بما يعود عليها بالنفع والإزدهار .

إن إقامة الحفلات السنوية مثلاً ، أو المعارض ، أو اللقاءات ، كلها فى حاجة إلى هذا الجهاز ، فهو أداة الربط بين

عالمه المعروف لديه وهذا العالم الضخم المجهول هناك فبقدر اكتشافه له ، بقدر ما يحققه للمنظمة من نجاحات .

واذا كنا قد أشرنا فى عجالة إلى العلاقات العامة ودورها فى تحقيق أهداف المنظمات مع العاملين ، فإن أول ما يمكن عمله هنا هو وضع العلاقات الإنسانية لهم موضع التنفيذ فمن الجانب الأدبى والمعنوى نرى أن تواصل العاملين مع رئاستهم مثلاً يعتبر هو الركيزة الأساسية للنشاط والعطاء ، وإن أى تقدير يقدم لهم ولو بالكلمة يشعرهم بأنهم مشاركون لا أتباع وهنا يأتى دور العلاقات العامة التى تنظم مثل تلك اللقاءات وتقترح نوع التقدير وتنتقى أشكاله وتحدد مستواه .

أيضاً وفى نفس السياق ، وفى نفس اللقاءات ، فإن عرض السياسات والبرامج والخطط من جانب الرئاسة للعاملين ، يزيدهم فهماً لدورهم ونوع الأداء المطلوب وفى المقابل فان العاملين من جانبهم وبعرض مشاكلهم بصورة علنية إنما يأتى مطهراً لما بأنفسهم بل ويساعدهم على زيادة الشعور بالتقارب والإنتماء ، كذلك فإن العلاقات العامة ومن جانب

أنشطتها بالداخل لا يمكن أن تغفل أثر الوقع التضامنى مع العاملين ، فهى لو كانت غير منوطة بما يقدم للعاملين من رعاية صحية مثلاً فعليها دور المعاونة ودور التوجيه ، وعليها دور آخر فى صناديق الخدمات الإجتماعية إن وجدت وذلك بتقديم أمثل الطرق لتنميتها والدعوة إلى ترشيد الإنفاق ثم عليها أخيراً أن تشيع جواً من الألفة والتعارف بين العاملين وذلك يأتى فى صورة الرحلات الترفيهية والسياحية حتى ولو لليوم الواحد فهذا أمر مرغوب ومفيد .

٢- متطلبات المهنة

لا يمكن لأى عمل جيد أن يبنى إلا على قاعدة من الأكفاء المهرة ، ولأن عمل العلاقات العامة هو من الأعمال البشرية المختبرة كغيرها فى عصرنا الحديث ، عصر التكنولوچيا والثورة المعلوماتية وتوحد العالم من خلال شبكة واحدة للتعارف والإتصالات - الإنترنت - فإن ذلك يلقى بتبعاته وتحدياته عليها وعلى الكثير من مثلها من الأعمال ، فالعنصر البشرى فى العمل الآن يراه البعض أنه فى حالة تقهقر أمام ما تحدثه الآلات ، ويراه البعض الآخر أيضاً ضرورة لا غنى عنها إذ أنه العقل المفكر الذى يدير تلك المخترعات .

غير أن العلاقات العامة وهى شريك بشرى لهذا التقدم فمازال أمامها الكثير والذى قد يتأثر بعض الشئ ممن حوله إن لم تسارع هى باللحاق .

ذلك إن متطلبات العمل اليوم تختلف كلية عن متطلبات عمل الأمس الذى عرفناه ، فعلى سبيل المثال كان هناك خطاب يأتيك يحمل لك رسالة بأن هناك وفد قادم لزيارة منظمتك ، ثم

تحول هذا الخطاب إلى مكالمة تليفونية ، ثم تحولت هذه المكالمة التليفونية إلى صورة بالفاكس ، ثم تحولت صورة الفاكس هذه بعد ذلك إلى بريد الكترونى سرعان ما تتلقاه وهكذا .

المثال لا يقف عند هذا الحد ، بل تعداه إلى كل مفردات عملك وأنشطتك حتى فى وضعك لخططك وبرامجك ، فالبيانات التى كنت تبحث عنها فى الأضابير قد نقلت إلى الميكروفيلم ثم تم نقلها بعد ذلك إلى الكمبيوتر ، واستفسارك عن معلومة بدلاً من أن تفتح له ملفاً أو كتاباً أصبحت تجده داخل الحاسبات التى تذخر بملايين المعلومات ، أصبحت محاصراً بالعلم والعلم لا يعرف طريقاً للجهلاء وهم أيضاً لا يعرفون له طريق .

لذا ، فإن متطلبات العمل بالعلاقات العامة اليوم تدفع بالقائمين عليها أن يواكبوا تلك الطفرة الهائلة التى إن قيست بعصر النهضة فسوف تقفز متقدمة وبفارق لا يقارن وللأمام .

هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن متطلبات العمل اليوم كذلك أصبحت أكثر تحركاً وأبعد اتجاهاً وذلك ما يعكسه الوضع الإقتصادى العالمى من إندماجات وتكتلات وتخصصات

تنفرد بها بعض الدول لتأتى وتتجمع فى مكان ما - مثل ما يحدث فى السلع التجميعية كالسيارات -

من هنا ، فإن على رجل العلاقات العامة الآن أن يكون أكثر قدرة على جمع المعلومات وتحليلها وعليه أيضاً إعادة النظر فيما كان يعرفه فى السابق من معارف أو على الأقل تطويرها لتناسب ما يحدث فى عالمنا الجديد .

إن احتكار المستوردين للخامات فى زمننا هذا ومع اتساع حجم الأعمال بالمؤسسات الصناعية أصبحاً نراه فى حالة من التراجع وذلك لظهور دور المؤسسات الصناعية الكبرى فى استيرادها للخامات بمعرفتها وذلك فى بحثها عن أفضل المصادر وأوفر الأسعار ، وهاهو دور العلاقات العامة يتعاظم فى أداؤه يوماً بعد يوم وذلك إما فى اتصالاته مع كبرى المؤسسات العالمية المنتجة للخامات أو فى استقباله ومرافقته لرجال المال والأعمال القادمون لعرض ما لديهم من مشاركات ومشروعات .

كذلك فإن من متطلبات عمل رجل العلاقات العامة اليوم تلزمه بأن يكون مطلعاً على كل التطورات الدولية فى مجال

التعاون التجارى وما تشكله بالنسبة لمنظمته من آفاق جديدة لتطويرها أو لتصريف منتجاتها ودخولها القوى إلى الأسواق .

كما وأن من أهم متطلبات العمل الآن بالنسبة لرجل العلاقات العامة أن يكون متعدد المواهب والمهارات ، وذلك فى تفهم واستيعاب المفردات الخاصة بعمله ، مثل قواعد المراسم وتنظيم البروتوكولات وكيفية فهمه للأتيكيت وغيرها من المفردات المهنية التى تخرجه من النموذج النمطى القديم إلى النموذج المتطور الحديث ، وهذا ما سنعرض له فى فصول قادمة من هذا الكتاب .

٣- متطلبات الإستمرار

تعرضنا فى الجزء الثانى لأبعاد المهمة لضرورة أن يواكب رجل العلاقات العامة تلك الثورة التكنولوچية الهائلة فى العالم ، التى أصبحت فى حياتنا اليوم بمثابة الماء والهواء كما يقال ، فإن كان التعامل مع مستجدات العصر هو محدد لا نستطيع الإفلات منه ، فإن ما هو قادم مع الإنفتاح العالمى كما بينا يمكن أن يكون أخطر بكثير إذ كيف نستمر ؟ ، وبماذا نستعد، وما هى الإمكانيات المطلوبة لمسايرتنا للأحداث .

إن الوقوف بمفترق الطرق هو بمثابة الموت الطوعى أو بمعنى أدق قرار بالإنتحار ، لذا فإنه ينبغى دائماً التجديد والتطوير ، تجديد الدم وتطوير الفكر والأسلوب ، فلا يعقل أن يستمر جهاز فى العمل وبشكل ديناميكى دون تجديد شبابه بتغذيته بجيل جديد ومتحمس يثرى أداؤه ويساهم فى التحديث .

أيضاً فإن طرح الأفكار الجديدة المبتكرة قد تكون محوراً للتواصل بين جيل الأمس صاحب الخبرة وجيل اليوم الواعد من هؤلاء .

كذلك فإنه ولعملية الإستمرار فإن على قيادة المؤسسات أو المنظمات أن تولى هذا الجهاز كل الرعاية والإمكانات وذلك فى تلبية متطلبات عمله المتجدد بقدر ما فى استطاعتهم دون إسراف أو مغالاة .

ذلك أنه ليس ثمة خطر على العلاقات العامة أكبر من خطورة عدم دعمها أو السماع لمقترحاتها من قبل الإدارات العليا للمنظمات لأن هذا الجهاز وكما بينا فى المقدمة ، جهاز حيوى بطبعه ومكمل لعملية التخطيط ورسم السياسات ، وسؤال محدد نطرحه أمام المسئولين جميعاً سواء فى أى مؤسسة خاصة أو عامة حكومية أو جماعية ، هل أنتم بحاجة إلى العلاقات العامة ؟ أم أن التغاضى عن دورها سيوفر لكم الكثير؟ وهل أنتم مستعدون لتولى تلك المسئولية كما اتفق؟ أم أنتم فى حاجة لوجود هذه النخبة من المتخصصين؟ .

إذا كانت الإجابة بالنفى ، فعلى القيادات هنا عدم التوانى فى دفع هذا العمل بكل ما لها من قدرة وإمكانات ، أما إذا كانت الإجابة بالإيجاب بعدم وجود ضرورة لمثل تلك

الإدارات ، فعلى الأقل نريد معرفة السبب لتفهمه أو ليذهب هذا الجهاز وبكل ما قيل فى شأنه إلى الجحيم .

فى إعتقادنا أن الجميع متفق على ضرورة وجود تلك الأجهزة ، ومتفق أيضاً على أنهم بدونها سوف يخسرون الكثير ، يخسرون الوقت والجهد والمال ، فكم من صفقة تعثرت لغياب المرشد والدليل ، وكم من علاقات قطعت لعدم وجود من يجيد التحاور والتصدى للأخطاء . وكم من وفود قد عانت لغياب معد محترف فى تنظيم المراسم والبروتوكولات وكم من بضائع قد بقيت فى مخازنها لعدم وجود من يقدمها ويعلن عنها للجماهير ، وكم وكم .

ان الدور المتنامى للعلاقات العامة أصبح يطال اليوم حتى الساسة وصناع القرار ، ذلك أننا نرى مؤخراً العديد من الدول والمتقدمة منها على وجه الخصوص ، يتولى قادتها أحياناً دور رجل العلاقات ، وذلك لشرح وجهة نظرهم فى بعض الأمور العالمية التى لا تلقى قبولاً لدى زعماء غيرهم أو لا تلقى ترحيباً من الرأى العام .

أليس هذا بدليل على ثبوت وفاعلية هذا الجهاز ، أليس هذا مؤشراً على أهمية وضرورة التطلع إلى كيفية دعمه اليوم كى نضمن له فى الغد مقومات الإستمرار .

المسألة ليست تساؤلات بقدر ما هى حاجة لتفعيل الجانب العملى من وراء هذا الجهاز المثمر كى نعلن كعلاقات عامة أننا مستمرون وباقون للتعاون والعطاء .



الفصل الثالث

تنمـــية العلاقـــات

ليس جديداً أيضاً أن نقول أن الإنسان فى تعاملاته مع الآخرين تنشأ عنها علاقات متعددة ومتشابكة حتى وإن لم تكن فى مجملها على درجة واحدة من القوة والحميمة .

من هنا ، فإننا نأخذ هذه الحقائق لنتحدث عن جوهر تلك العلاقات وكيفية تنميتها وتعظيمها ، حتى نخرج بعلاقات متميزة ، تساعد رجل العلاقات العامة على أداء مهامه بذخيرة لابأس بها من العلاقات فى كل الأفرع ومع كل الناس .

ونود أن نشير فى تلك الجزئية إلى أن العلاقات الخاصة لرجل العلاقات قد تتحول فى وقت ما إلى علاقات عامة تساعده فى مجال عمله والعكس صحيح ، إذ قد تتحول علاقاته العامة فى مجال عمله إلى علاقات خاصة لها تميزها وهذا أمر وارد وغير مستهجن على الإطلاق ، شريطة إضفاء الشفافية على روح ومضمون تلك العلاقة حتى لا تؤثر على الصالح العام .

وسنحاول فى هذا الجانب أن نفرق بين العلاقات القائمة أصلاً التى تمت فى الماضى أو تلك التى تستحدث يومياً وتتكون فى الحاضر ، أو هذه المستقبلية التى يمكن حدوثها فى الغد وكيف نعمل على إيجادها على أرض الواقع .

١- العلاقات القائمة

وهى علاقات تجمع بين طرفين يعرف أحدهما الآخر وهى إما أن تكون على المستوى الشخصى كما بينا ، وإما أن تكون على مستوى العمل العام .

وبالنسبة لمستوى العمل العام فهى إما أن تكون علاقة وظيفية كعلاقتك بزملائك وإما أن تتعدى ذلك لشخص بعيد عن مجال عملك تماماً كموظف الحجز لإحدى شركات الطيران مثلاً الذى ومن خلال تعاملاتك معه قد تشكلت بينك وبينه نوع من عمومية العلاقة .

غير أننا وفى هذه الزاوية نود أن نركز على كيفية النهوض بتلك العلاقات ونقصد بها بالطبع العلاقات العامة فى مطلقها .

إذ أن العلاقات الشخصية أو الخاصة لا خوف عليها اللهم إذا اصطدمت بمسار خاطئ أبى أحد الطرفين معه أن يستمر فى التواصل مع الآخر ، وهذا ما أشرنا إليه فى مقولة الشفافية والتى من شأنها أن ترسخ ما بين اثنين لا أن تعصف بما بينهما من علاقة ، أما من ناحية العلاقات العامة كعمل مهنى ، فهذا

ما نريد أن نفرد له جانباً من الحديث لمحاولة تنميتها وتعميقها ووضع المعايير المثلى لإنجاحها .

إن أحد ما فى منظمة ما يساعدك ويسهل لك مسعاك فى تحقيق ما ينجز أعمالك ، هل بالكثير عليه أن ترد له تلك المساعدة فى أى وقت يشاء وبقدر ما فى الإستطاعة ، إن هذا أبسط ما يمكن عمله له وبدون تردد أو إهمال حتى لا يقال عنك انك رجل نفعى لا ترد الجميل وشعارك فقط هو المصالح .

وإن كان رد الجميل ، هو واجب منطقى وأخلاقى فلماذا لا ندعم ذلك بمزيد من اللمسات الإنسانية التى تنمى وتطور تلك العلاقة .

لماذا لا ترسل لمن يساعدك بطاقة للمعايدة مثلاً أو تتصل به تليفونياً للإطمئنان عليه بين الحين والآخر .

لماذا لا يفاجئ عند عودته من رحلة مرض مثلاً - لا قدر الله - بأنك كنت متابعاً لغيابه وها أنت ترسل له باقة ورود ومعها كلمة رقيقة تعبر عن التضامن .

تصرفات لها مفعول السحر ، علماً بأنه ليس المطلوب منك أن تكون بساحر ، بل أن تكون إنسان مجاملاً ومحباً لتوطيد

العلاقات بينك وبين الآخرين خاصة وأنك فى طبيعة عملك معنى بذلك .

وهكذا ، وعلى نحو أو آخر من التقارب فى العلاقات وبأساليب إنسانية وحضارية فان ذلك وبالطبع ، سيؤدى فى النهاية إلى علاقات مثلى وحميمة للتجاذب ، فقط احرص على بقاء علاقاتك بالغير علاقات نابضة ، وتأكد من أن ذلك النبض إنما هو شريان الحياة لاستمرار أى تواصل .

٢- العلاقات المستحدثة

المقصود بالعلاقات المستحدثة هى تلك العلاقات الجديدة اليومية بين طرف وآخر ، علاقات لأول مرة ، ومن الممكن أن نسميها أيضاً فى بدايتها ، علاقات تبدأ من طرف واحد قد تكون أنت الإيجابى فيها أو قد يكون الإيجابى فيها طرف آخر .

ها أنت تدخل مكان جديد وللمرة الأولى أناس لا تعرفهم ولا يعرفوك لقد جئت إلى هنا لإنجاز مهمة ما ، وهذا المكان قد يكون من وجهة نظرك مكان ستدخله لمرة واحدة طيلة حياتك وقد يكون أيضاً من اليوم وصاعداً مكان سوف يبقى فى بؤرة وصدارة أعمالك .

ما المانع أن تخرج من هذا المكان ومعك حصيلة من المعارف والأصدقاء ، إن هذا لن يكلفك الكثير إذا اتبعت الخطوات العملية والواقعية لإيجاد نوع ما من التقارب بينك وبين القائمين عليه ، ما المانع ؟.

إنك بالطبع سوف تسأل أولاً عن زميلك رجل العلاقات العامة بهذا المكان قد لا يوجد ، فسيكون سؤالك بعدئذ عن المختص المسئول لمراجعة أعمالك ، عرفته ، إنه هذا الرجل

الذى يجلس هناك ، تقدم إليه ببشاشة ، وقدم له نفسك واخبره بأنك تدخل هذا المكان لأول مرة وأنك فى حاجة لمساعدته فى معرفة الطريق الأمثل لإنهاء مهامك .

قد يكون هذا الرجل من النوع الإيجابى ، وقد يكون أيضاً من النوع السلبى الذى يفرض عليك مزيداً من الحكمة للتآلف ، أخبره بأنك لا تريد استثناءاً أو ميزة ، فقط تريد معرفة ما يجب عليك القيام به حفاظاً على وقته الثمين وحفاظاً على أن يصل طلبك إليه كاملاً متكامل .

بطريقة أو بأخرى سوف تنجز عملك ، سواء بمساعدته أو بامتناعه إلا انك فى النهاية ينبغى عليك أن تودعه وان تبدى له تفهمك لتقاعسه عن معاونتك فلكل عمل مشاكله وحساسيته ومتطلباته ، وعليك فى النهاية أن تقدم له بطاقة تعارفك مشفوعة بأمنية صادقة فى سماع صوته أو طلب منه سوف تسعى مهتماً لتحقيقه .

ولنظل مع هذا النموذج الصعب ، فالنموذج الإيجابى لا يمثل لنا مشكلة ، ولكن صديقنا السلبى هذا هو فى الحقيقة ذروة المشاكل .

هل فكرت فى هدايا العام الجديد التى تهديها منظمتك للآخرين ومع بداية كل عام ؟، لماذا لا يكون هو أحدهم ؟!، هل فكرت حين طالعت فى الصحف مثلاً خبراً عن ترقيته أو وفاة أحد أقاربه - لا قدر الله - لماذا لا ترسل له برقية تهنئة أو عزاء فى وقت حيوى وعاجل؟، هل فكرت فى إرسال بطاقة دعوة لاحتفال تقوم به منظمتك سنوياً مثل حفل إفطار جماعى أو حفل ترفيهى ساهر، لماذا لا توجه له الدعوة كشخص منتقى فى تقييمك وله عندك مكانة ؟؟

إن أساليب التقارب والتجاذب ما أكثرها ، أما أساليب التباعد والتنافر فمرهونة بشئ واحد إسمه انفعالك ، وتأكد أن ما تقدمه من مجاملة لفتح مجالات التعاون لا يدخل فى بند الرشوة أو شراء الذمم أو الثمن المقدم للتعارف ، بل هو تصرف إيجابى كما قلنا يقوم به رجل العلاقات العامة مع كل المعنيين وكل المتماسين بنطاق عمله المترامى .

٣- العلاقة المستقبلية

هناك مناسبات قومية أو عامة يتوجب علينا المشاركة فيها بدافع الإنتماء أو المواطنة ، وهناك مناسبات خاصة يعلن عنها أصحابها كافتتاح فندق ما ، أو شركة سياحية ما ، أو مصنع ما، أو مطعم ما ، ألا يتوجب علينا هنا أن نشارك .

هنا ، يأتى دور رجل العلاقات العامة فى أن يقوم بعمل متقدم ليس له مردود فى الوقت الحالى ، خاصة وفى عدم وجود علاقة مسبقة بين منظمته وبين هؤلاء المعلنين ، لكن ، ما الغرابة فى أن ترسل برقية تهنئة لتلك الجهة وما المانع فى أن يكون لنا بين باقات الزهور فى إفتتاحها باقة تحمل إسم منظمتنا وأمانيها الطيبة لها ولأصحابها بالنجاح والتوفيق ، ما الغرابة وما المانع ؟

هل تعرف يا صديقى أن هذا التصرف من جانب منظمتك التى تمثلها سوف يوجد لها الكثير من الأصدقاء والعلاقات . هل تعرف أن التهنئة بانطلاق أى مشروع بالنسبة للقائمين عليه لاتنسى خاصة إن كانت من غير المعروفين أو غير المتوقعين .

إننا إذا كنا فى مناسبتنا القومية أو العامة كما قدمنا نشارك بدافع الإنتماء والمواطنة فاننا فى ذات السياق نمضى بتعميق المفهوم أكثر وأكثر فى أن كل إضافة على أرض الوطن، إنما هى إضافة أخرى لاتساع مجال أعمالنا ، حتى لو كانت تلك الإضافة مماثلة لأنشطتنا وسوف تدخلنا فى دائرة من المنافسة والتحدى ، فالمنافسة والتحدى حين تأتى من خصم أصبح معروف لدينا ، هى أقل وقعاً من ذاك الخصم المجهول الذى بدوره يجهلنا .

إن العلاقات العامة الإستباقية أو المتقدمة التى لم نجد لها اسم بديل عن ذلك تمثل فى نظرنا قمة تنمية العلاقة مع الآخرين وأن الأسلوب الذى طرحناه من جانبنا ليس هو الأسلوب الوحيد والمتميز ، فقد يكون هناك أسلوب آخر من ابتكارك ، تصرف كما شئت فى التعبير عن تهنئتك ، لكننا ننصح فى نفس الوقت أن تكون تهنئتك الإستباقية هذه ، تهنئة محسوبة لك لا أن تكون تهنئة غير موفقة وذلك إذا أفرطت فى الفكرة وقررت أنك وبنفسك أن تذهب إليهم وتتواجد ، فأنت للآن شخص غير معروف لهم ومهما كنت تحمل من نوايا طيبة

فبالطبع سيكون هناك علامات استفهام عديدة حول وجودك وحول تلك المبالغة فى التعارف ، تريس ، فالتعارف والعلاقات ستأتى لا محالة إما بخطاب شكر على ما قدمته من مجاملة ، وإما برد مماثل حين تدعو الحاجة ، وحتى لو قوبل ما قدمته بسلبية من جانبهم فسوف تكون بإيجابيتك قد فتحت أبواب مستقبلية للتعارف والتآلف بدلاً من أبواب الصراع والتناحر .



الفصل الرابع

المراسم والبروتوكول

تضاربت الآراء كثيراً حول مفهوم المراسم ومفهوم البروتوكول ، بعضها تحدث عن أن المراسم تحمل معنى يخالف معنى البروتوكول Protocoal ، وبعضها تحدث عن أن معنى المراسم يرادف معنى البروتوكول .

ونحن إذا كنا نميل للتحدث عن المراسم فى زاوية والتحدث عن البروتوكول فى زاوية أخرى وذلك لزيادة التأكيد على وضعية كل منهما ولزيادة إلقاء الضوء على طبيعة ومفردات العمل بهما ، إلا أننا ولظروف عملية ولتجنب اللجوء إلى إفراد باب آخر قد يطيل على المتلقى بزيادة فى الشرح والتفسير لوضع الخطوط الفاصلة بين هذا وذاك ، لذا فسوف نتناولهما معا على اعتبار أنهما وجهان لعملة واحدة إلا أننا سوف نخصص جزءاً للحديث عن البروتوكول وكيفية تنظيمه وذلك فى الفصل السادس الذى يحمل إسم " أچندة الإنطلاق " .

وبوجه عام .. يمكن القول بأنه إذا كانت المراسم معنية بالقواعد والنظم والإجراءات المتبعة للقاءات الرسمية ، فإن البروتوكول معنىّ هو الآخر بأنه الناتج لتلك اللقاءات وما ستسفر عنه من إتفاقات أو مواثيق بين طرفين أو عدة أطراف .

ولو نظرنا إلى المراسم بنظرة تاريخية ، فسنجدها قديمة

قدم التاريخ ، فلقد عرف الفراعنة المراسم فى طقوسهم الدينية لدفن موتاهم ، ثم عرفتها الديانة المسيحية فى تتويج الملوك وإختيار النبلاء ثم عرفها العصر الإسلامى فى النظم المتبعة للإحتفالات الدينية والشعبية وتنصيب الأمراء والولاة والسلاطين .

وعلى ذلك فإن المراسم إن كانت هى النظام المتبع فى احتفال ما أو مناسبة ما ، فهى تعتبر فى ذات الوقت انها الأسلوب السابق لتحقيق البروتوكول ، بمعنى آخر إن كانت المراسم عبارة عن سلسلة من القواعد والنظم والإجراءات التى تحكم التصرف والتعامل فى المجالات الإجتماعية والدبلوماسية ، فهى أيضاً تقدم الدعم لتحقيق أى بروتوكول تلتقى فيه الدول أو المؤسسات فى جو من الإحترام واللياقة ومراعاة الذوق العام .

ولأن المراسم والبروتوكول فى حاجة إلى أشخاص يقومون على اعدادهما وتهيئة المناخ المناسب لإنجاحهما ، فلم يوجد هناك أفضل من رجل العلاقات العامة ليتصدى لتلك المسئولية التى وإن حملت فى معناها الدقة والتنظيم فإنما هى تؤكد فى ذات الوقت على أصول وسلوك التعامل الحضارى والإنسانى بين المتحاورين .

١- نشأة المراسم

بالرغم من أن المراسم قد عرفت قديماً كما قدمنا إلا أن فكرتها وأسسها قد تبلورت مع ظهور ما يسمى بتصنيف الدول لحجمها وقوتها ونفوذها ، الأمر الذى أفرز عنه أيضاً ما يسمى بدبلوماسية التحاور لتكون هى القناة المعتمدة للتواصل بين الشعوب وبعضها وذلك بأسلوب منظم ومتعارف عليه .

أيضاً فإن قادة الجيوش آنذاك كان لهم دور بارز فى ترسيخ المفاهيم والقواعد الحاكمة للأعراف العسكرية مثل الدقة والانضباط والتسلسل القيادى فى إعطاء الأوامر وتدرج المظالم فى الصعود .

إلا أنه مع ظهور النهضة العلمية والصناعية فى العصر الحديث تطورت المراسم إلى أسلوب متقدم يعتبر هو السارى الذى نعرفه الآن ، وبرزت الحاجة إلى تفعيل دور البروتوكول المأخوذ عن العسكرية كمرادف لهذا المفهوم الجديد ذاك الذى ساعد الكثير من الشركات الكبرى فى فض منازعاتها الهائلة بسبب الإحتكارات والمنافسات وأيضاً ساعد الكثير من الدول فى إيقاف حروبها سواء باتفاقيات الهدنة أو الإنسحاب أو

الإستسلام ، وأصبح العالم يشهد الكثير من التحركات الدبلوماسية لحل مشاكله ومحاولاته الحثيثة لتنحية الخلافات جانباً ، من هنا وبالشكل الذى آلت إليه الأمور كما توضح ، أصبحت المراسم علماً حضارياً تلتف حوله جميع الشعوب ، وأصبح لهذا العلم من القواعد والأسس التى تكفل له البقاء خاصة ومع ظهور ما سمى بعصبة الأمم أو ما يطلق عليه الآن الأمم المتحدة ، تلك التى وإن كانت انحرفت كثيراً عن مبادئها ، إلا أن الأمل ما زال معقود على الدبلوماسية العادلة للبحث عن وسيلة لتصحيح المسار .

٢- تنظيم اللقاءات

لأن المراسم كما بينا هى مجموعة من الإجراءات والقواعد التى يتوخى فيها اللياقة والآداب والتقاليد والأعراف ، فإن تنظيمها وتناولها لابد وأن يأتى فى نفس الإطار .

ولأن المراسم تهتم أيضاً فى مجملها بتفعيل المعنى السابق إلى أولويات ، فعلى رأس تلك الأولويات التدرج من الأهم إلى المهم أى تقدم من عن من أو بمعنى آخر أسبقية هذا عن ذاك مثل دولة عن دولة أو هيئة عن هيئة وهكذا .

فإذا كانت الأعراف والتقاليد قد أقرت بالأفضلية كقاعدة فإنه من الصعب أن نتجاهل هذا الإقرار ، بل ونسعى فى تحقيقنا للمراسم أن يكون هذا هو أساس أى تنظيم لأى لقاء أو إجتماع ، إذ ليس من المعقول أن نقدم الأدنى على الأعلى وليس من المعقول أيضاً أن يتساوى حجم دولة عظمى مثلاً بحجم دويلة صغيرة أو ماشابه .

غير أن هناك أساليب أخرى لا نقول انها قد تحايلت على تلك القواعد ، بل أفرزتها ضرورات دبلوماسية لحل مشكلة الأولوية وأسبقية تسلسل الأفضليات وذلك على محاور عدة إذا

ماكان الموقف مثلاً فى أولوية دخول الوفود إلى قاعات المؤتمرات وقد تساوت جميعاً فى قوتها ومكانتها وهذا ما سنعرض له فى الشرح تفصيلاً لما سيأتى من نقاط .

أ - أولوية دخول المؤتمرات

جرى العرف وكما بينا أن تكون الأولوية دائما للشخص الأهم أو الوفد الأهم فى الدخول إلى قاعات المؤتمرات ، لكن وكما بينا أن هناك أزمات قد تحدث فى تفعيل هذه الأعراف كتساوى مكانة عدة أشخاص أو عدة وفود ولذلك ابتكرت عدة طرق لدخول تلك الشخصيات وتلك الوفود بطرق مرضية نذكر منها :-

- أبجدية أسماء الدول فى ترتيب الدخول .
- التناوب الدورى المتفق عليه بين الوفود .
- إجراء القرعة على من يبدأ بالدخول .
- الدخول الجماعى للكل دفعة واحدة .

هذا ويتم وضع علم كل دولة مكان جلوس من يمثلها وكذلك أعلى مكان الإجتماع وعند الأبواب حتى يصبح هناك نوع من التوازن المرضى لجميع الأطراف .

ب - أولوية إلقاء الكلمات

وهنا يختلف الوضع بين اللقاءات الدولية العامة واللقاءات الدولية الثنائية ، إذ أنه فى اللقاءات الدولية الثنائية يكون المضيف هو البادئ بالقاء كلمته والتى تبدأ بالترحيب بالضيف أولاً ثم شرح وجهة نظره فى موضوع اللقاء ثانياً ثم يعطى الكلمة بعد ذلك للضيف الذى يشكره فى العادة على حسن الضيافة أولاً ثم إبداء رأيه هو الآخر فى موضوع اللقاء سواء كان بالاتفاق فى وجهات النظر أو بالإشارة إلى أوجه الاختلاف ثانياً ، ويجرى كل ذلك فى دبلوماسية راقية تخضع للمبدأ القائل " الإختلاف فى الرأى لا يفسد للود قضية " .

أما من ناحية إلقاء الكلمات فى اللقاءات الدولية العامة فقد حسمت بأن تتوالى الكلمات حسب الحروف الأبجدية للدول دون تمييز اللهم تلك التى نرى فيها بعض الإختلاف كما يحدث فى مجلس الأمن مثلاً ما بين دولة متقدمة بطلب ما أو مجموعة اختارت من يمثلها لتقديم هذا الطلب ثم تتوالى الكلمات والردود حسب قواعد ونظم هذا المجلس ذو

الحالة الخاصة بين العديد من المؤتمرات .

وفى زاوية إلقاء الكلمات فى اللقاءات المحلية ، فإن الكلمات تتوالى تصاعدياً من المستوى الأدنى إلى المستوى الأعلى الذى يختم اللقاء بكلمته والتى تعد هى الأخيرة ودون أى تعليق يتبعها من أحد .

ج - أولوية دخول الإحتفالات

وفيه يدخل جميع المدعوين تباعاً حسب الأفضلية وتصاعدياً أيضاً ، الشخصيات العادية أولاً ثم العامة ثانياً ثم الوزراء ثالثاً وأخيراً دخول أكبر شخصية إن كانت لملك أو رئيس ، ويتم الخروج هنا بطريقة عكسية تماماً لطريقة الدخول ، فالملك أو الرئيس أولاً ثم الوزراء وهكذا .

د - أولوية ركوب السيارات والسير

فى المقعد الخلفى اليمين يجلس ضيف الدولة ويجلس بجانبه بالمقعد الخلفى اليسار رئيس الدولة وتكون أولوية الدخول للضيف أولاً ثم يليه رئيس الدولة ثانياً ويتم العكس فى حالة النزول أما فى حالة ركوب السيارة فى التحركات المحلية فيكون رئيس الدولة فى المقعد الخلفى اليمين

والشخص المرافق له فى المقعد الخلفى اليسار حيث يتم ركوب الرئيس كذلك أولاً ثم الشخص المرافق له ثانياً والعكس صحيح فى حالة النزول هذا إذا ما كان هناك ضرورة لمصاحبة شخص مرافق للرئيس .

أيضاً فإنه فى حالة السير لا يتغير الموقف عن سابقه إذ يتقدم الضيف أو الرئيس فى السير يميناً يتلوه المضيف أو الشخص المرافق على اليسار وذلك فى كل التحركات سيراً على الأقدام سواء بالدخول إلى مكان أو مصعد أو سلم حسب تحرك السير بوجه عام .

٣- تنظيم المآدب

تعتبر المآدب منذ القدم تحتل جانباً هاماً من جوانب الحفاوة والتكريم كما أنها تشكل أيضاً جانباً أكثر أهمية من جوانب التعارف بين الناس ودعم علاقاتهم ببعض فى جو من الألفة والتقارب حتى بين الغرماء مثل ما يحدث فى مجالس الصلح القبلية والريفية مما نراه فى العديد من القرى غير أننا هنا نتحدث عن المآدب الرسمية والتى تتدخل فيها المراسم لتنظيمها وإعدادها بما تقضى به القواعد والبروتوكولات وذلك فى شتى المحاور التى تمثل تلك اللقاءات بداية من الدعوة للحضور ثم إعداد الموائد وغيرها مما يرد فى هذا المجال .

أ - إعداد الدعوات

وهى تشكل البداية فى كل المراسم التى تتعلق بهذا الموضوع وفيها يراعى الآتى :

- إسم الداعى للمأدبة
- إسم المناسبة الخاصة للمأدبة
- إسم المدعو للمأدبة
- موعد المأدبة ومكانها

- الوقت الكافى لوصول الدعوة
- الحرص على تآلف نوعية المدعوين
- توضيح نوع الملابس المطلوبة
- اللغة التى تناسب المدعو
- تدوين رقم الهاتف فى حالة الإعتذار والذى يجب أن يكون فى أسرع وقت ممكن وإن كان هذا لا يطلب فى حالة الدعوة لحفل شاى على سبيل المثال .

ب - تنظيم الموائد

١ - المأدبة المقتصرة على الرجال

وفيها .. فإن القائمين على المراسم وحسب مكانة الحاضرين ، ينظمون الموائد سواء كانت الشخصية الرئيسية هنا هى صاحبة الدعوة لتلك المأدبة أو هى التى تقيم المأدبة على شرف أحد الضيوف البارزين .

ويتلاحظ أنه فى التنظيم لتلك الحالتين يكون هناك مكان للصدارة بوسط المائدة ومواجهاً لباب الدخول ما أمكن وهذا المكان يعتبر المكان الهام والرئيسى للشخصية الداعية أو المحتفية بالضيف المراد تكريمه .

كما يتلاحظ أيضاً أن هناك اختلاف فى جلوس الحاضرين

فى كل من الحالتين ففى حالة أن يكون هناك داعى للمأدبة وجمع من الحضور ، فان الداعى هنا يتبوأ مكان الصدارة ويوزع الجلوس من حوله حسب المكانة كما قدمنا يميناً ثم الذى يليه مكانة يساراً ثم يميناً ثم يساراً وهكذا (الشكل رقم ١) أما فى حالة أن يكون هناك ضيف على تلك المائدة فان جلوسه يقابل جلوس المضيف تماماً غير أن الحاضرين هنا يتوزعون حسب المكانة أيضاً يمين المضيف أولاً ثم يمين الضيف ثانياً ، ثم يسار المضيف ثالثاً ثم يسار الضيف رابعاً وهكذا يتم التوزيع بالتناوب بتسلسل مكانة ووضع الحاضرين (الشكل رقم ٢) .

٢ - المآدب للرجال والسيدات

فى تلك الحالة وقد أصبح عندنا شخصيتان رئيسيتان هما للمضيف والمضيفة فإن توزيع الجلوس هنا يتفق تماماً مع ما حدث حين كان لدينا ضيف ومضيف ، إذ تجلس المضيفة هنا مكان المضيف فى الصدارة ويأخذ المضيف مكان الضيف فى المكان المقابل ومثلما حدث فى توزيع مكانة الحضور فى الجلوس ، يوزع الأعلى مكانة يمين المضيفة أولاً ، ثم التالى له يمين المضيف ثانياً ، ثم التالى يسار المضيفة ثالثاً

ثم التالى يسار المضيف رابعاً ، وهكذا بالتناوب .

أيضاً فإن فى حالة وجود ضيفين رجل وامرأة يقام على شرفيهما تلك المأدبة فإن توزيع الجلوس هنا لا يختلف إذ يشغل ضيف الشرف المقعد اليمين الأول بجانب المضيفة بالصدارة ثم تشغل ضيفة الشرف المقعد الأول يمين المضيف فى المواجهة ، ثم يتوالى وكما هو معتاد تناوب المقاعد (الشكل رقم ٣) .

غير أنه ينبغى أن نوضح هنا ، أن نتناوب الجلوس يوازيه كذلك تناوب نوعية الجالسين - رجل ثم امرأة - وهكذا ، كما ينبغى أيضاً أن نوضح أن الأولوية فى جلوس السيدات تكون للمتزوجات قبل الآنسات اللاتى يأتى جلوسهن فى التناوب اللاحق .

كذلك فإن فى حالة وجود حفل كبير يضم لفيف من السيدات والرجال فقد تدعو الظروف أن يكون هناك أكثر من مائدة مستديرة (الشكل رقم ٤) حول المائدة الرئيسية تلك التى تجلس فيها المضيفة على يمين المضيف ثم يجلس على يمين المضيفة الضيف المدعو ثم على يسار المضيف الضيفة المدعوة ثم يتناوب الحضور مقاعدهم وحسب مكانتهم إلى أن

تكتمل تلك المائدة ثم يوزع الآخرون على الموائد الأخرى القريبة ثم الأقرب وبنفس التنظيم رجل ثم امرأة ومتزوجة قبل آنسة ، وهكذا .

ج- شكل الموائد

لا يقتصر شكل الموائد على ماقدمناه فى المستطيل السابق أو المستدير السابق ذكرهما ، بل أن هناك عدة أشكال للمائدة تختار حسب طبيعة اللقاء وعدد المدعوين ونوعهم والشكل الهندسى المتاح من الموائد وحجم القاعات ونظامهما المعمارى ، إذ يتم تنسيق الموائد هنا لتنسجم مع المطلوب ما أمكن من وجهة نظر القائمين على المراسم وسوف نقدم فى نهاية هذا الكتاب عدد من الأشكال المختارة للموائد المستخدمة ولا نزعم أنها الأشكال الوحيدة والنمطية المستخدمة بل تلك الشائعة الإستعمال كنموذج فقط مثل المائدة الحدوة (شكل رقم ٥) والمائدة المشط (شكل رقم ٦) وغيرهم .

٤- تنظيم وضع الأعلام

لما كانت الأعلام الرسمية للدولة تشكل جانباً هاماً في التعبير عن سيادتها واستقلالها وتميزها بين سائر دول العالم ، ولما كانت الأعلام أيضاً تحمل رمزاً هاماً يجسد المعنى الوطنى ومايكنه له المواطن من إحترام وتقدير وإعزاز ، فإن تلك الأعلام لها من المكانة التى تحرص عليها كل دولة فى التعامل معها سواء فى إختيار ألوانها أو فى رفعها خفاقة على الأماكن المختارة داخل البلاد وخارجها وكذلك حين تنكس فى المناسبات التى يعلن فيها الحداد الرسمى الذى تعلنه الدولة والذى يتحدد دائماً بموعد للبداية وموعد للإنتهاء ، ولأن كل دولة لها مراسمها العامة والخاصة نحو الأعلام والتى وإن اشتركت فى مجملها فى أساسيات متشابهة إلى حد كبير ، فإننا سنتناول فى هذه الزاوية وضع العلم الوطنى باعتبار أننا مرتبطين فى مراسمنا به وعلى نحو خاص.

أ- رفع العلم

بالنسبة لداخل البلاد يرفع العلم أعلى دواوين الحكومة

والأماكن العامة للدولة بداية من شروق الشمس وحتى غروبها ، كما يرفع فى الأعياد الرسمية والأجازات ويوم افتتاح مجلس الشعب كتعبير من النواب عن الولاء للبلاد .

أما بالنسبة للخارج فيرفع العلم أعلى السفارات والقنصليات الممثلة للدولة فى جميع دول العالم التى تربطنا بها علاقات سياسية دبلوماسية ، كما يرفع العلم الوطنى أيضاً على مقدمة سيارة البعثة الدبلوماسية بالخارج .

ب- العلم والأعلام الأجنبية

كما تحدثنا عن مكانة الأفضلية فى أكثر من جانب من المراسم فإن العلم الوطنى فى رفعه مع الأعلام الأجنبية له أيضاً تلك المكانة ، إذ يحتل مكان الأفضلية بينها فإذا اشترك مع علم واحد يكون له الجانب الأيمن من المكان الذى يرتفع الإثنان عليه وإذا زاد عدد تلك الأعلام إلى ثلاثة يكون بوسطها أما إذا زادت تلك الأعلام إلى أعداد زوجية فيرفع بيمين الوسط لكل منها ولا يسمح هنا برفع الأعلام الأجنبية داخل البلاد إلا فى المناسبات الرسمية والأعياد

مع مراعاة أن يصاحبها العلم الوطنى فى كل حالة ولا يسمح أيضاً بأن ترفع تلك الأعلام الأجنبية أعلى من العلم الوطنى كعرف متداول .

ج- علم رئيس الدولة

يرفع علم رئيس الدولة فى كل مكان يتواجد به فى زياراته الرسمية لتلك الأماكن ، كما يرفع أيضاً بمقدمة سيارته وعلى الجانبين يميناً ويساراً حين تحرك موكبه الرسمى وهو بمفرده أما لو كان هناك ضيف معه داخل السيارة قادماً لزيارة رسمية للدولة فإن علم رئيس الدولة يبقى فى اليمين أما علم الضيف فيشغل الجانب الأيسر من المقدمة .

د- تنكيس العلم

وهو تقليد متبع فى جميع دول العالم ، يعبر عن حدادها العام والذى كما أشرنا يتحدد ببداية ونهاية ، وفيه يكتفى برفع العلم إلى منتصف الصارى حيث تنكس أيضاً أعلام البعثات الدبلوماسية العاملة بالدولة كما تنكس أعلام بعثاتنا

الدبلوماسية العاملة بالخارج وذلك حسب تعليمات مراسم الخارجية فى هذا الصدد ، ويذكر أن علم رئيس الدولة هنا لا ينكس على الإطلاق إلا فى حالة الحداد الأكبر كما يذكر أيضاً أن أعلام القوات المسلحة فى حالة تنكيسها أو رفعها لها تقاليدها الخاصة وطبقاً للأوامر العسكرية التى تصدر عن القيادة العامة فى ذلك .

الفصل الخامس

فهـــم الإتيكـــيت

مع بداية التحضر الإنسانى ، كان على بنى البشر البحث عن أسلوب أو آخر للتعايش فيما بينهم ، ولم يجدوا فى النهاية وبعد صراعات دامية تشابه فيها الإنسان بسائر المخلوقات الأدنى ، إلا أسلوب واحد ومميز يعتبر هو الملاذ الآمن للبقاء والاستمرار وهو أسلوب احترام آدمية الاخرين والذى بمقتضاه تم الإرتقاء الفعلى لهم ولأغلبهم فى التعاملات .

من هنا وضعت أول لبنة فيما يسمى بأصول وقواعد الحياة. ومن هنا أيضاً توالت الأفكار لتطوير هذا المفهوم ليصل إلى ما نحن به الآن .

واختصاراً لكل تلك المراحل وكل تلك المسميات فلقد جسدت كلمة الإتيكيت ETIQUETTE المعنى الشامل والجامع لكل ما سبقها من تعريفات إذ أن تلك الكلمة تعنى وفى تحديد " قواعد الآداب والسلوك الصحيح " وذلك حسب ما ورد فى قاموس أكسفورد من شرح لمعناها .

من هذا التعريف .. نجد أن الإتيكيت يعتمد فى أساسه على شقين ، الأول هو شق الآداب والثانى هو شق السلوك أو بمعنى أصح شق الترجمة للشق الأول ، فإذا كانت الآداب مجموعة من

المبادئ والأخلاق التى يختزنها الإنسان ، فإن سلوكه هو المترجم لها والمعبر عن هذا المخزون التحضرى .

وليس من قبيل الصدفة أن نجد فى أقصى النجوع من يعتنق تلك الأفكار ، إذ قد قلنا فى البداية أن الإنسان فى حاجته للتعايش كان عليه أن يبحث عن الحلول ، والحلول هنا قد جاءت فى إحترامنا للغير والتصرف بما يميزنا عن سائر الكائنات .

لذا .. أصبح هناك أسلوب للحديث وآخر للتعارف ، وآخر للتصافح ، حتى فى حضور المآدب فقد وجد لها أسلوب أيضاً كما قدمنا ، إنها أساليب عديدة ومنظمة شملت كافة نواحى حياتنا ودفعت بالإنسان خطوات وخطوات للتحضر والإرتقاء .

فحين يكون " الوقت من ذهب " فإن الإلتزام بالمواعيد هو السبيل الأمثل للمحافظة على تلك القيمة وحين يكون " الكلام من فضة " فإن الصمت فى موضعه يكون أعظم منه إبهاراً .

مما تقدم نرى أننا أمام فن جميل .. فن يسميه البعض فن التعامل مع الحياة لكنه ومن وجهة نظرنا وفى أحيان كثيرة من

الممكن أن نسميه فن فنون الحياة .. ذلك أن هذا الفن حين تتقنه .. فقد استحوذت تماماً على ثقة واحترام الآخرين وهذا ما يجعلك متفرداً بميزة كبرى لا تتراجع ولا تحيد عنها ، ألا وهى ميزة رقيك وتحضرك وممارستك السامية لأسلوب التعامل .

١- إتيكيت التواصل

كما بينا فى التعريف للإتيكيت بأنه قواعد الآداب والسلوك الصحيح ، فإن أول ما يتبادر للذهن هنا هو كيفية الدخول إلى تفاصيل تلك المعانى وعليه يجب أن نتوقف بعض الوقت أمام الجزء الأول من التعريف ألا وهو الآداب .

والآداب فى شموليتها إنما يعبر عنها أسلوب المتحدث فإذا عدنا للقاعدة القائلة بأن " فاقد الشئ لا يعطيه " فإن حديث الرجل أو المرأة خير دليل ومعبر عن رصيدهما من مجمل الآداب.. لذا فإن البداية المنطقية للتحدث عن الآداب لابد وأن تكون حول إتيكيت المخاطبة أو التحاور للتواصل مع الآخرين .

ولأننا أيضاً فى تقديمنا السابق للإتيكيت قد بينا بأنه قد مر بالعديد من التطورات مع تطور البشرية وتحضرها ، فإن هذا بدوره يعنى أن آداب ومفاهيم الأمس قد لا تصلح لآداب ومفاهيم اليوم إلا بالنذر القليل .. وهذا لا يقلل من شأنها إطلاقاً.. بل على العكس فقد أثرت أجيال مضت وهاهى تثرى جيلنا وأجيال أخرى قادمة إن شاء الله ، وذلك بوضعها فى أشكال متطورة تحاكى الزمن الذى نحن فيه ليستمر التقدم

والتطور يوماً بعد يوم إلى أن نأتى لآداب أبعد من تصورنا وحكمنا الآنى على الأشياء .

مما تقدم .. فإنه يمكن القول بأن هناك مستجدات كثيرة قد طرأت على التواصل بين الناس باعتبارها انعكاساً لتطور مفاهيم الآداب .. وهذا ما سنسعى لإبرازه بالشرح والتحليل فيما هو تابع لهذا الموضوع .

أ- إتيكيت الصمت

قد يبدو للقارئ هنا نوع من التعجب لهذا التصنيف ، لكننا كنا قد ألمحنا فى مستهل العرض للإتيكيت إلى إمكانية أن يكون الصمت أحد قواعد الآداب أو السلوك أيضاً ، ذلك أن أى لقاء مع الآخرين ليس بالضرورة أن يكون جامعاً لأشخاص متعارفين .. وحتى لو كانوا جميعهم متعارفين .. أليس هناك شئ اسمه وجهة النظر الخاصة أو القناعة الشخصية المغايرة من أحدهم لرأى الآخرين .

وتماشياً مع ذلك فإننا ننصح بأن تكون مستمعاً جيداً وملاحظاً ذكياً لأفكار المتحاورين فربما تتفق معهم .. وربما تختلف معهم وربما يكون لديك نصف إتفاق ونصف إختلاف

أو إتفاق على جزء واختلاف على جزء آخر من الحديث .

هنا .. فإن الصمت سوف يكسبك التفهم للموقف والتفهم أيضاً لما تقول ، فالقول العشوائى الذى يبنى على دون تفهم أو دراسة يجعل من صاحبه أضحوكة أمام الجميع .

ليس عيباً أن تكون لا تعرف ، ولكن العيب كل العيب أن تخوض حديثاً لست ذو خلفية به أو ذو خبرة فيه .

كما أننا ننصح أيضاً بعدم التسرع فى الموافقة على الآراء وعدم التسرع كذلك فى المصادرة عليها .. فلربما يكون المتحدث أمامك لم يكمل إبداء وجهة نظره فى أمر ما ، مثال أن يقول أحدهم بأنه " سعيد بقرار ما قد صدر " ولا تمهله أن يكمل حديثه بكلمة " ولكن " وهذه الكلمة قد تنسف مقولة " السعادة " التى أعرب عنها كاملة ذلك أن له رأى مخالف تماماً وكان يعبر بكلمة " السعادة " هذه لمجرد تحريك الماء الراكد مثلاً بصدور مثل هذا القرار رغم إختلافه معه ومع نتائجه ومع كل ما يستتبعه من آثار ، هنا اسأل نفسك أليس التريس فى المقاطعة أو الموافقة أو الرفض كان أفضل لك من الحديث الغير مدروس .

ب- إتيكيت التحدث

الآن .. وقد أصبحنا نعرف كيفية سماع المتحدث وكيفية الإنتظار لتفهم مضمون حديثه فإن هناك جزئية أخرى تواجهنا وهى جزئية لباقة الرد أو حسب ما نسميه بذكاء اختيار اللفظ أو التعبير المناسب .

فالذكاء هذا إنما مردوده عليك أنت ، وذلك فى احترام الآخرين لقولك وجذب انتباههم القوى لحديثك الشيق وحوارك المثرى والمفيد .

لذا .. حاول دائماً أن تختار الألفاظ الراقية وحاول أن تكون ودوداً ومجاملاً فى تواصلك دون الإفراط ، فالذى يسرف فى التملق أو الجفاء ، يجعل الآخرون ينفرون منه وينفضوا عنه سريعاً وفى غير ارتياح ، عليك أن تخاطب الناس فى حدود ثقافتهم وعليك أن تنتقد نفسك إذا ما أخطأت وعن طيب خاطر .

كما عليك أن تتجاوز عما يوجه فى حقك إذا كان عن حسن نية ، أما إذا كان عن قصد واضح فحاول أن تتجنب الدخول فى مشاحنات حادة أو مواجهات ، لا تطيل الشرح

فيما تقول حتى لا تمثل الممل فى خطابه .

حاذر من التقرب فى حديثك لمن يملك السلطة أو النفوذ فهذا تصرف أصحاب المصالح ، وحاذر أيضاً ألا تستفسر كثيراً عن أشياء خاصة للمتحدث إليهم فهم فى غنى تماماً عن مضايقاتك ، تحدث بأسلوب الأخذ والعطاء لا بأسلوب الأنانية أو التفرد وحب الذات ، كن مرحاً فى حديثك وليس إلى درجة " التفاكه " وأخيراً كن متواضعاً رغم كل مخزون علمك حتى وإن صح " ففوق كل ذى علم عليم " .

٢- إتيكيت المآدب

لاشك أننا وفى هذه الزاوية سنتوقف كثيراً أمام ماتشكله الدعوة لتناول الطعام من أبعاد على كل من المضيف وضيفه القادم .

ولا شك أيضاً أننا أمام أصول الإتيكيت لابد وأن نراعى وبحرص شديد ما يمليه علينا من ممارسة لتلك المآدب ذلك أن التحضر الإنسانى ونحن فى بدايات الألفية الثالثة قد قطع أميال عدة من حالة التردى التى كان بها الإنسان فى عصوره الأولى، حتى أننا عندما نتخيله ، نراه فى صورة كاريكاتيرية وكأنه الطعام الذى بيده سلاح يدافع به عن نفسه عند الحاجة - تخيل إمساكه بفخذ خروف مثلاً يأكله -.

كما وأن هناك بُعد آخر لدعوة الطعام ينبغى أيضاً أن نلفت النظر إليه وللمرة الثانية ألا وهو الإلتزام بالمواعيد كجزء مكمل للصورة والذى أشرنا إليه فى موضع سابق حين كنا نعرض لتنظيم المراسم .

إن الإلتزام بالمواعيد إنما يمثل مكانة تصنيفك .. فهذا يقال عنه رجل همجى وذاك يقال عنه رجل متحضر متجانساً مع الخلق الإجتماعى الراقى ، ماذا تريد أن يقال عنك ؟! نجزم بلا شك أنك تفضل معنا النموذج الثانى .

والآن .. تعال لنتعرف على أصول الإتيكيت فى المآدب بداية من إرسال الدعوة التى تحدثنا عنها ونحن بصدد الحديث عن المراسم وحتى إنتهاء حفل الغذاء أو العشاء الذى هو موضوع هذا الجانب من إتيكيت المآدب .

أ- إستلام الدعوة

أشرنا إلى الدعوة وأركانها وهى مسئولية الداعى .. ولكن ماذا عن مسئولية المدعو .. أليس عليه هو الآخر واجبات ومسئوليات حيال تلك الدعوة .. خاصة ومع افتراض أنه قد قبلها والتزم بموعدها لم يقدم اعتذاره ولم يمانع .

أن المدعو عليه أن يستعد لهذا اليوم ، وعليه أيضاً أن يفكر كثيراً قبل التوجه إلى تلك المآدب ، هل هى من النوع الذى يحتاج المرء فيه أن يحمل باقة زهور مثلاً أو هدية إذا كانت الدعوة تحمل الجانب الإجتماعى .

هل عليه أن يذهب دون شئ كلية إذا كانت الدعوة لمأدبة رسمية لا يسمح فيها بتلك المظاهر ، أسئلة كثيرة لابد وأن يطرحها المدعو على نفسه قبل أن يتسرع ويتخذ قراراً يفاجئ به الحضور والداعى .

احذر دائماً أن تكون نشازاً بين لفيف المدعوين لأن ذلك سوف يجعلك فى نظرهم من الوهلة الأولى إنسان لا تعرف أصول الإتيكيت أو أصول وقواعد وتقاليد الإستضافة .

ب- وصول المدعوين

وفيه يحبذ الوصول إلى مكان المأدبة بوقت قليل لا يتجاوز الدقائق وأيضاً يحبذ الإنصراف الفعلي مع نهاية الوقت المحدد للمأدبة وهذا وإن كان حسب قواعد المراسم وما تقتضيه فإنه يمس فى الآن ذاته قواعد وأصول الإتيكيت فى التعامل مع المآدب .

ج- كيفية الجلوس

من المؤكد أن يتم الجلوس إلى الموائد حسب وضع البطاقات التى تحمل إسم المدعو أو حسب الشرح المجمع فى لوحة الإستقبال بالخارج ليستدل كل مدعو على مكانه فى الجلوس داخل القاعة .

وإذا كانت الدعوة موجهة للزوجة أيضاً أو لعدد من السيدات فيراعى الجلوس التبادلى بين رجل وامرأة وعدم جلوس السيدات بعيداً على الأطراف كما قدمنا آنفاً فى الحديث عن تنظيم الموائد بالفصل الرابع .

د- الملابس

إذا كانت المأدبة تمثل حفلاً للعشاء فالملابس الرسمية الخاصة هنا تشمل كل من الرجال والنساء وهى بالنسبة للرجال (اللون الداكن) وللنساء (فساتين السهرة) والتزين بالمجوهرات أو المشغولات الذهبية أو الإكسسوارات

وغيرها ممن تتأنق به المرأة من قفازات حريرية أو فراء طبيعى مثلاً فى حالة التواجد .

هـ- آداب المائدة

قدمنا أن الإنسان فى تحضره قد أصبح لديه مكتسبات للرقى تميزه عن أسلافه السابقين خاصة فى جزئية تناولهم للطعام إذ يجب على الضيف مثلاً ألا يحدث إزعاجاً فى إستعماله لأدوات المائدة وكذلك فى مضغه للطعام حيث يتوجب عليه أن يحافظ دائماً على أن يكون فمه مغلقاً وأن يأكل ببطء وألا يتطرق إلى موضوعات معقدة تحتاج من الجميع الإنصات لحديثه .

كذلك يجب على الضيف ألا يتوقف عن تناوله للطعام كثيراً بإشعاله لسيجارة مثلا أو الحديث من خلال المحمول .

أما على المضيف والمضيفة فيجب عليهما ألا يغادرا المائدة إلا بعد التأكد من إنتهاء الجميع ، إذ يكون على المضيفة لا المضيف لفت انتباه السيدة الأخرى التى تماثلها فى المكانة وبإشارة هادئة تعنى أنه قد وجب النهوض وهذا مايحدث فى حفلات العشاء التى عادة ما يكون لها صفة رسمية أو الرسمية بالفعل فهى فى كلتا الحالتين تحافظ على تقليد خاص .

ولكن فى حالات مآدب الغذاء فهى أكثر تحرراً عن الأولى سواء فى ارتداء الملابس أو الدعوة للتوجه لمائدة الطعام أو الإلتزام بقائمة ما يقدم فى العشاء الرسمى وأيضاً السماح ببقاء المدعوين حول المائدة لبعض الوقت للتسامر أو لتناول القهوة أو الشاى .

ويذكر هنا .. أن هناك حفلات أخرى أقل بساطة عن سابقتيها وهى الحفلات المفتوحة فى حديقة منزل المضيف ، وفيها يكون اللقاء أكثر وأكثر تحرراً خاصة وأن الجميع هنا قد يخدم نفسه بنفسه من هذا البوفيه المفتوح وكذلك فى جو الألفة والمرح التى يحرص عليهما المضيف والحاضرون ، هؤلاء الذين قد دعاهم وانتقاهم وأعلنهم بأنه يوم غير رسمى وبعيداً عن قيود المراسم والرسميات ، غير أن هذا لا يمنع أبداً من عدم نسيان الإتيكيت ، إذ ليس من المستحب نهائياً أن يأتى أحد المدعوين بتصرفات غير مسئولة أو بألفاظ متدنية تفسد هذا الحفل الراقى الجميل ، فقواعد الآداب والسلوك ما زالت هى الحاكمة ، وهى الطريق الأوفق والآمن للمحافظة على استمرارية التقارب وكسب المزيد من الألفة والحميمية بين الأصدقاء .

٣- إتيكيت التعارف

لأن أى تجمع يشمل من يعرفون بعضهم ومن لا يعرفون ، فإن المضيف الداعى إلى هذا اللقاء يكون عليه جزءا رئيسياً من مسئولية تعريف المدعوين ببعضهم وذلك فى تقديم كل منهم للآخرين .

غير أن هناك مسئولية أخرى تقع على عاتق هؤلاء المدعوون فى تعارفهم ببعضهم البعض ذلك أن الداعى وكم قلنا يكون عليه فقط أن يشير إلى أحدهم ويذكر إسمه وعمله فقط لإحداث نوع من التعارف العام وهذا ما نعرفه بالتعارف السلبى من قبل المدعوين .

لكن التعارف الإيجابى المدعم بالمصافحة يكون من جانب المدعوين أنفسهم لبعض ، إذ ينهض الأصغر سناً للتصافح مع الأكبر سناً وينهض الرجل لمصافحة المرأة وتنهض الآنسة لمصافحة المتزوجة وينهض من أقل مركزاً لمصافحة من هو أعلى مركزاً ، وهكذا .

كما يشترط فى قواعد المصافحة بصفة خاصة ألا تكون مصافحة عنيفة وقوية ترهق المتصافح معه وأن تكون المصافحة

للنساء أولاً ثم الرجال وألا تنهض النساء من مجالسهن عند مصافحتهم للرجال إلا المضيفة فقط من واجباتها النهوض دائما لمصافحة المدعوين أياً كانوا والإحتفاء بهم ما أمكن وقيامها بإشاعة جو التعارف أيضاً كما يفعل زوجها المضيف .

ويبقى أن نشير فى النهاية إلى أن هناك حالة خاصة ومستثناة من إتيكيت التصافح أو التعارف فى اللقاءات وهى حالة وجود رئيس الدولة أو الملك الذى يبادر هو بنفسه إن أراد مصافحة الحضور ، وكما يبدأ اللقاء بتواجده ينتهى أيضاً بمغادرته للمكان .

٤- إتيكيت الإنصراف

مادمنا قد ذكرنا انصراف المدعوين بمغادرة رئيس الدولة أو الملك للمكان فينبغى أن نشير أيضاً إلى إتيكيت إنصراف المدعوين فى حفل مقام للعشاء مثلاً ، إذ ليس من المستحب التصافح هنا أيضاً بين الحاضرين ويكتفى بالتحية من بعيد ويجب على المضيف والمضيفة أن يكونوا فى وداع ضيوفهما وفى مكان قريب ما أمكن من باب الخروج ، فتلك هى اللقطة الأخيرة كما يقولون لتتويج إتيكيت هذه الدعوة وهذا اللقاء الودى والحميم .



الفصل السادس

أچنــــدة الإنطــلاق

والآن ، وبعد هذا العرض المتتابع لقواعد وأصول العمل أو المهنة كما ارتأينا أن نسميها تقرباً إلى مفهوم الإحتراف الذى يفصل بين تعاملنا معها كهواة أو كمسئولين .

على أية حال .. وبعد أن تناولنا – ما أمكن – كل جوانب وأبعاد تلك المهنة ، أصبح علينا أن نعد الأچندة الخاصة بها ولواجباتها العملية من حالة الفرضية إلى حالة الحدوث ، ومن مجلدات العلم إلى أساليب التطبيق ، هذا الذى يأخذ جُل اهتمامنا وبكل العناية والتركيز .

هنا .. يأتى الحديث عن المهام والمواقف وكيفية الإعداد والمتابعة لها وكيفية ربط المعلومات ببعضها البعض لنقدم العمل على الوجه المرضى وبأحسن ما يكون ، وسنعرض بالأمثلة لأشهر جوانب العمل والتى تحاكى الواقع الفعلى وتشابهه إلى حد كبير .

سوف نعرض لطريقة استقبال الوفود من القدوم إلى الوداع وسوف نعرض لطريقة الإعداد لتوقيع البروتوكولات ، وسوف نعرض لطريقة المتابعة والتواجد الفعلى لإدارات العلاقات ، وسوف نعرض لطريقة التعامل مع الإعلام وبكل وسائله حتى نكون قد وضعنا آليات العمل موضع التنفيذ وانطلقنا من إستاتيكية الأفكار إلى ديناميكية التحرك .

أولاً : إستقبال الوفود

فى البداية لابد وأن نتعرف على مفهوم الوفد ، وهل هو وفد من الخارج أم من الداخل ، وهل هو وفد فى زيارة خاصة أم فى زيارة عمل وغيرها من الخصائص التى تحدد ماهيته لوضع البرامج والإعداد لإستقباله .

والوفد هو مجموعة من الأشخاص قد يتباين نوعهم من سيدات أو رجال وقد يتباين جهاتهم من مكان إلى آخر بالداخل أو جنسيتهم من دولة إلى أخرى بالخارج ، لكنهم فى النهاية وكما قلنا مجموعة من الأشخاص تأتى حول فكرة واحدة ولمناقشة موضوع أو موضوعات محددة ربما فى وقت واحد للوصول أو على عدة أيام لاستكمال حضورهم من شتى الأماكن .

وسواء كانت تلك الوفود قادمة بمبادرة منها أو بدعوة من المنظمة إلا أنها فى النهاية تحمل مسمى الوفود الزائرة وهى تتطلب منا جميعا حسن الضيافة وحسن الإستقبال .

ولأن الإستقبال يمر بمراحل متعددة فينبغى علينا هنا أن نعرض لكل مرحلة على حدة حتى نصل بتحركنا المهنى لأفضل النتائج لإنجاح تلك الزيارات .

أ- ماقبل الوصول

عند الإبلاغ بوصول أحد الوفود ، يكون علينا هنا عدة مهام سابقة لوصولها ومنها إعداد التصاريح الرسمية فى حالة أن يكون وصولهم بالأماكن التى تفرض طبيعتها هذه التصاريح كالمطارات مثلاً أو الموانى البحرية ثم إرسال الإشعار الخاص بفتح قاعات كبار الزوار - هذا أيضاً إذا كان الوفد يمثل شخصيات هامة آتية من الخارج - كذلك فإن حجز الغرف بالفنادق يكون من أولى المهام فى تنظيم تلك الزيارة وأيضاً فإن تخصيص السيارات واختيار المرافقين يكون فى بؤرة اهتماماتنا ، ثم نأتى بعد هذا لتحضير برامج العمل سواء كانت للقاءات مع القادة أو لزيارات تفقدية لمواقع العمل أو لحفلات ترفيهية مثلاً نعرضها على المسئولين لأخذ الموافقة عليها كما وأن إحضار المترجمين وإعداد القاعات وتحديد شكل الطاولات وما عليها من مشروبات وعصائر ومياه وما يتبعها أيضاً من أعلام الدول وكذلك الأدوات المكتبية والزهور وغيرها يكون فى سياق الإعداد لما قبل الزيارة .

غير أنه وإن كان تجميل ونظافة مبنى الإدارة يقع على عاتق المعنيين بذلك إلا أنه لابد من توجيههم للإهتمام أكثر وأكثر مع إبلاغهم بموعد الزيارة فالأماكن تحترم من نظافتها وجمالها ولابد أن يشعر ضيفك وللوهلة الأولى أنه المقصود بتلك الحفاوة .

ب- الوصول

ليس بالضرورة أن يكون الوفد القادم عبر الموانئ الجوية أو البحرية كما افترضنا فى البند السابق ، لكن قد يأتى عبر السكك الحديدية أو عبر الخطوط البرية للحافلات مثلاً سواء كانت دولية أو داخلية .

على كل ، نحن الآن فى استقبال ضيفنا أو ضيوفنا حسب الحالة ولنأتى الآن لما يجب عمله وبالطبع التعرف عليه أولاً من بين القادمين وذلك من خلال لوحة تحمل اسمه أو إسم رئيس الوفد أو إسم جهة الوفد الزائر ، هنا يكون قد حدث بداية التعارف ، إذ يقدم مسئول العلاقات العامة نفسه وجهة عمله إلى الشخص المنتظر مع كلمة ترحيب قصيرة بإسم رئاسته تهنئه بسلامة الوصول وإذا كان قد فتحت من أجله

قاعة كبار الزوار فلنمضى معه إلى الداخل حيث تقدم المشروبات السريعة ويدفع بمن سيتولى ختم الجوازات واحضار الحقائب حسب أرقامها المعطاة له لينهى عمله بدقة ويفيد بأن التحرك قد أصبح الآن فى حال المتناول .

عندئذ يدعى الوفد إلى المغادرة وبمصاحبة المختارين لمرافقته كما قدمنا تمضى السيارات نحو الفنادق لتوزع على أعضاء الوفد مفاتيح الغرف وليتم تحرير البيانات الفندقية بمعرفة أحد مندوبينا فى ذلك وفى نفس الوقت يقدم رئيس مجموعة العمل لأعضاء الوفد برنامج الزيارة مع التأكد من تعرفهم على سياراتهم وعلى سائقيها وعلى المندوب المرافق مع كلمة وداع على لقاء تشمل أطيب الأمنيات بالإقامة السعيدة .

ج- بداية الزيارة

وبالطبع ستكون عند باب المبنى أو بمقر انعقاد الإجتماع الخاص بالمنظمة اذا افترضنا أن الوفد مصنفاً VIP وهنا يقف المسئولين فى استقباله ويرافقون الضيف إلى الإستراحة أولاً يتقدمهم مندوب العلاقات العامة مرشداً إياهم إلى

الطريق وداخل الإستراحة تقدم المشروبات السريعة خلال الكلمات المتبادلة بين المسئولين وأعضاء الوفد قبل أن ينتقل الجميع نحو قاعة الإجتماع التى يصحبهم إليها أيضاً مندوب العلاقات العامة ليستقبلهم عندها المندوب الآخر داخل القاعة – ونذكر مرة أخرى أن المقصود بالمندوب أو المسئول أو رجل العلاقات العامة لا يقصد به النوع أو الجنس كما قلنا بل هو تعبير متداول – ليجلس الجميع وليبدأ الإجتماع الذى يتابعه أيضاً مندوبنا فى ذلك ويتابع إن كان هناك طلب خاص غير ما تم إعداده فعلى الفور يعطى تعليماته ليكون متوفراً سريعاً وبين يدى الطالب ، مثل بيانات سابقة أو نماذج محددة لم تدرج مسبقاً فى قائمة الإعداد للبرنامج .

د- الزيارات التفقدية

قدمنا أن برنامج الزيارة من الممكن أن يشمل زيارات تفقدية لمواقع العمل كالمصانع مثلاً أو الإدارات التنفيذية للمؤسسات على نحوها المترامى .

فى هذه الحالة .. فإن إبلاغ القائمين على المكان المزمع زيارته وبوقت كاف هو من أدق اهتماماتنا ، حتى يتسنى للمستقبلين هناك أن يعدوا أنفسهم ويهيئوا موقعهم للزيارة

تلـك التى سـتـكون بـالطـبـع تحت إشـراف رجـال العـلاقـات العـامـة ، بداية من إصطحـاب الوفـد من مكان تجـمـعه، ثم مرافقته إلى الموقع ثم إعادته مرة أخرى إلى نقطة البداية .

غـيـر أن هناك مـسـئوليـات أخـرى تـقـع على عـاتق رجـال العـلاقـات العـامـة أثناء تـلك الزيارة ، منهـا مـا هو مـتـعـارف عليه من توفير المشروبات أو الوجبات الخفيفة ، ومنهـا مـا هو أبعد من ذلك وهو تدوين الملاحظات وكتابة التقارير حول مــاتم من أمــر الزيارة أو مــا تمخض عنه جـو اللقــاء من إيجابيات أو سلبيات للعمل مستقبلاً على تلافيها .

هـ- نهاية الزيارة

وهنـا .. قـد تكون الزيارة لمرة واحـدة أو قـد تكون بـداية لزيارات أخرى وإن كـانت لمرة واحدة فسيتبعهـا ربما دعـوة إلى الغذاء أو العشاء الذى عرفنا كـيفيـة إعداده فى مـوقع سابق ، أمـا إن كانت زيارة أولى فسيعقبها غداً استقبال آخر يحتمل أن يكون بغير المسئولين إذ سوف يلتقى الجميع داخل القاعة، وهكذا يستمر الحال إلى أن تنتهى برامج تلك الزيارة ويكون هناك حفل تكريم على العشاء أو الغذاء حسب مواعيد مغادرة الوفد فربما يغادرون صباحاً وربما يغادرون مساءاً .

فى هذا الإحتفال فإنه من الممكن تبادل الهدايا التذكارية أو الشعارات أو الأعلام الخاصة ، تلك التى من الممكن أيضاً أن تقدم داخل قاعة الإجتماع بعد توقيع البروتوكول أو الإتفاق وهذا ما يحدده الموقف والحالة بشرط إتفاق الطرفين على ذلك حتى لا يفاجئ أحدهما الآخر بما يسبب له حرجاً لعدم توافر ما يقدمه بدوره من هدايا .

و- المغادرة

قدمنا فى فقرة إستقبال الوفود بأن بدايته كانت بمكان الوصول ثم تدرجنا بعد ذلك إلى ما استتبع وصولهم حتى تسكينهم بالفنادق أو الإستراحات لكنه عكس ما تم فى الوصول يكون الوداع ، وهو بالطبع من أماكن إقامتهم ، وحتى وداعهم عند وسيلة السفر أو الإنتقال فربما هم مغادرون تماماً وربما سوف يستأنفون زيارتهم لمكان آخر بالداخل حسب برنامجهم الخاص .

هنا نؤكد مرة أخرى على الإنطباع الأخير ، فمثلما كانت حفاوة الترحيب ، لا ننسى دفء الوداع ، ليس بالدموع بالطبع ، ولكن بكلمات رقيقة تعبر عن سعادتنا بزيارتهم وتمنياتنا الصادقة بالسفر الآمن لهم.

ثانياً : تنظيم البروتوكول

كما أشرنا فى فصل المراسم والبروتوكول بأننا سوف نولى وضعية البروتوكول بعض الشرح لكيفية تنظيمه فإننا من هذا المنطلق سنتحدث عن دور رجل العلاقات العامة فى الإعداد له وعلى كافة محاوره ومتطلباته .

فإذا كان البروتوكول وكما عرفنا أنه توقيع إتفاق بين جهتين أو عدة جهات حول موضوع ما ووضع الإطارات والسبل والآليات لتحقيقه ، إلا أنه ليس وليد اللحظة بل تسبقه مناقشات ومسودات متبادلة عبر القنوات الدبلوماسية أو المكاتب الفنية من قبل الأطراف المعنية بتلك الإتفاقيات .

وعليه فإنه فى حال الإتفاق على توقيعه أخيراً تبدأ مهام رجل العلاقات العامة بداية ، من استقبال الوفود الموقعة وعرضنا لها فى البند السابق ثم فى الإعداد ليوم التوقيع وما يستبعه من تنظيم وإجراءات .

ذلك أن الترتيب للبروتوكول له أبعاد ثلاث وهى تشمل المكان الذى سوف يلتقى به الموقعون والزمان الذى سيتم فيه التوقيع وكذلك الأشخاص الموقعون والمشاركون بالتهنئة على سبيل المثال .

من هنا يتم إعداد المسرح لهذا اللقاء ، والذى أول ما نعده له طاولة التوقيع وهى عادة من الشكل المستطيل وتناسب فى حجمها عدد الموقعين سواء كانوا أطراف الاتفاق الموقعين بأنفسهم أو المدعوين للمشاركة ومباركة هذا الإتفاق .

أيضاً ، فإن تخصص المقاعد ووضع الأعلام وغيرها من المواد الكتابية وواجبات الضيافة ومكبرات الصوت إن لزم الأمر، كل ذلك يقع على عاتق جهاز العلاقات العامة بالتحضير الجيد له قبل موعد اللقاء وبوقت كاف ، كذلك فإن إرسال الدعوات - تعرضنا لها فى فصل المراسم والبروتوكول - لابد وأن تصل للمدعوين فى وقت متقدم وسابق، حتى يتمكن الجميع من الحضور فى جو من الإيجابية والتفاعل .

غير أن الأمر لايقف عند هذا الحد ، بل يكون على رجل العلاقات العامة ومن باب فهمه لمراسم توقيع البروتوكولات أن يعرف ويلم بقواعد التوقيع وذلك من حيث تدرج مكانة الموقعين ومن سوف يبدأ بالتوقيع أولاً ومن سوف ينهى بالتوقيع الأخير .

كذلك فإنه ومن باب فهم رجل العلاقات العامة لمراسم توقيع البروتوكول ، فعليه أيضاً أن يعرف كيف يقوم بتبادل الحافظات - حافظات البروتوكول - من شخص إلى آخر ودون تسرع أو إزعاج ، بل ينتظر حتى ينهى الموقع توقيعه الذى قد

يسبقه مطالعة سريعة لبنود التوقيع أو فحوى الإتفاق حتى لاتحدث مشاكل مؤثرة أو أزمات .

كما وأن على رجل العلاقات العامة أن يعرف مسبقاً إن كان هناك شهود على الإتفاق سيأتى دورهم لاحقاً فعليه أن يمكنهم بدورهم من الجلوس إلى الطاولة كل حسب مكانته وأقدميته وكما هو متفق عليه ومعروف .

وبالأخير ، فإن على رجل العلاقات العامة أن يلم كذلك بكيفية تسليم وتسلم نسخ الإتفاقيات بين الأطراف الموقعة فى نهاية مراسم البروتوكول إذ يجب عليه أن يتأكد من وجود النسخ وقد وقعت تماماً ثم يقدمها حسب ما سيتم تبادلها بين الموقعين وليتأكد بأن يكون أمام كل منهم ما سيسلمه للآخر ، لينتهى البروتوكول بتسليم كل منهم وثيقته الخاصة به ودون أى خطأ أو إستدراك للأخطاء .

ولأن البروتوكول وكما قدمنا ، إنما يأتى كناتج لقواعد المراسم ودبلوماسية التعاملات فإن على رجل العلاقات العامة وفى النهاية أن يكون ذكياً فى الإعداد له ، ولبقاً فى تنفيذه وهذا لإعطاء الإنطباع الجيد عن المنظمة التى يمثلها أمام الآخرين وإلا أفقدها الكثير من المكاسب سواء المادية أو المعنوية ووصمها بنظرة التخلف والسير عكس الإتجاه .

ثالثاً : التواجد والمتابعة

لأن العلاقات العامة ليست عملاً موسمياً أو مهمة تبدأ وتنتهى عند الحاجة فإن هذا المعنى يفرض على العاملين بهذا الجهاز الحيوى ضرورة ما نسميه بالتواجد والمتابعة .

ذلك أن العمل بالعلاقات العامة كما قدمنا فى جوانب شتى ، عمل يومى ومتصل يربط بين ماتم إنجازه وما يجرى إنجازه وما هو المطلوب مستقبلاً إنجازه وهذا ما يعطيه سمة أخرى تضاف إلى سماته المتميزة بين مختلف سمات العمل التقليدى وفى العديد من الإدارات ألا وهى سمة الإستمرار .

غير أنه لا يقصد بالتواجد والمتابعة والإستمرار هنا ، التواجد الجسمانى أو المكانى فقط بل التواجد عن بعد والمتابع بجميع وسائل الإتصال ، وهذا ما تمليه فرضية تباعد المواقع مثلاً أو عدم وجود مندوبين لنا بها لندرة العدد وغير ذلك من أسباب .

كما وأن التواجد والمتابعة أيضاً ينبغى أن يمتدا ليشملا كافة جهات علاقاتنا مع الآخرين وهذا ما أشرنا إليه سابقاً فى فصل تنمية العلاقات .

وعليه فإنه يمكن القول بأن التواجد والمتابعة إنما يغطيان

الداخل والخارج أى داخل المؤسسة وخارجها ، وعليه أيضاً فإننا لابد وأن نعرض لجوانب هذا التواجد وتلك المتابعة سواء بالداخل أو الخارج كل على حدة .

فبالنسبة للداخل وعلى سبيل المثال لا الحصر ، فإن متابعة الأعياد الرسمية وما تتطلبه من تهانى العاملين أمر مفروغ منه خاصة وإن كان يستتبعه توزيع بعض الهدايا أو التذكارات التى تتناسب مع المواقف .

كما وأن معاودة المرضى ومساعدتهم لتخطى عقبات الحجز عند الأطباء أو المستشفيات وكذلك توفير وسائل المواصلات المناسبة لهم من عربات إسعاف وغيرها فى الحالات الحرجة أو الإنسانية يتطلب تواجد مستمر جاد ومتابعة لتلك الحالات .

أيضاً فإن زيارة العاملين فى مواقع عملهم والوقوف على مشاكلهم ومقترحاتهم وتصعيدها للإدارة العليا لحلها ، نموذج آخر من نماذج التواجد المستمر والمتابعة التى تدفع العمل قدماً للأمام .

كذلك فإن مشاركة العاملين فى مسراتهم من زواج أو ترقيات أو تكريم للمتفوقين من أبنائهم كل ذلك فى احتياج أيضاً للمتابعة والتواجد لما لهما من مردود جيد وأثر حميد .

بهذا ، وبغيره من الأمثلة التى كنا قد تعرضنا لها فى أكثر من جانب من هذا الكتاب ، فإننا بحاجة للتواجد المستمر والمتابعة حتى نصل إلى أعلى قدر من التواصل مع العاملين .

غير أن التواجد والمتابعة لا يتوقف عند العاملين فقط ، بل والمتعاملين أيضاً سواء فى حضورهم إلينا أو استلامنا لاستفساراتهم أو شكواهم عبر البريد أو الهاتف وما ينبغى علينا فعله من مراجعة للإدارات المعنية للتعرف على جوانب المشكلة ومن ثم الرد عليها بالحل المقنع والشافى .

كما وأن التواجد والمتابعة ومن أهم بنودها اليومية بالداخل هو مطالعة ما تقوله الصحف واستخلاص ما يهمنا منها لدراسة كيفية التعامل معه سواء بالرد المباشر من جانبنا أو بعرض الأمر برمته على المسئولين فى الإدارة وهذا ما سنعرض إليه تفصيلاً فى جانب التعامل مع الإعلام والذى سيأتى فى بند لاحق

كذلك فإن التواجد والمتابعة لهما أيضاً مكانة من الأهمية فى متابعة تنفيذ القرارات الصادرة من الإدارة العليا للعاملين ، وكذلك مدها بتقارير النجاح أو الفشل أو المعوقات التى حالت دون التنفيذ .

يضاف إلى ماتقدم فى موضوع المتابعة والتواجد بالداخل بأن ينبغى على جهاز العلاقات العامة أن يكون دوره ملموساً فى استقبال الزائرين والاهتمام بالمنتظرين منهم للقاء المسئولين وتحديد المواعيد لمن لم يحصل منهم بعد على موعد إذا كان هناك سببية حقيقية لتحقيق مثل تلك اللقاءات .

كل هذا وغيره إنما يصب فى جزئية التواجد والمتابعة اللذان بدونهما يصبح الأمر أكثر تعقيداً وأكثر التهاماً لوقت وجهد المسئولين والعاملين ، بل والمتعاملين أيضاً لو ساقتهم ظروفهم للتواجد لسبب أو لآخر داخل تلك المؤسسات .

وإذا تحدثنا عن التواجد والمتابعة بالخارج ، فهى كما قدمنا إنما تدخل وبقوة فيما سميناه مسبقاً بتنمية العلاقات ، لكن هناك نوع آخر من التواجد والمتابعة وهو تواجدنا الفعلى مع المتعاملين وهذا يتأتى فى زيارتنا لهم سواء بمواد الدعاية عن المنظمة ، أو بالتعريف بمنتجاتنا من خلال الكتالوجات ، أو بعمل إستقصاء للرأى حول نجاحنا فى الأداء .

كذلك ، فإن ما يسمى بخدمات ما بعد البيع للمنتجات مثلاً ألا يقف عند حد الإصلاح من خلال الضمان ، بل يحبذ أن يمكن هناك جوائز مثلاً لمن يتواجد عنده شئ أو أشياء من منتجاتنا

تشجيعاً له ولغيره من المتعاملين على الشراء والإستدامة بقناعة على إقتناء ما عندنا من منتجات وهذا ما نراه اليوم فى العديد من الحملات الإعلانية والدعائية للعديد من الشركات .

كما وأن التواجد والمتابعة خارج المنظمات يمكن تحقيقه أيضاً من خلال الحفلات والتجمعات والمعارض التى تقوم العلاقات العامة فيها بشرح أهداف منظماتها وسياستها وعرض النماذج لمنتجاتها وتقديم الصور والكتيبات حول أنشطتها وكذلك طرق التعامل والتسهيلات للفرص المقدمة .

أيضاً فإن التواجد والمتابعة من الممكن كذلك أن يشمل المساهمة المحسوسة فى المشروعات الخيرية والإنسانية والتى قد تحتاج إلى العون المادى البحت أو ما تنتجه بالفعل بعض المؤسسات .

وليس بختام لكل ما عرضناه حول التواجد والمتابعة أن نشير إلى التواجد بالإعلان عن المنظمة من خلال وسائل الإعلام على كافة صورها ومنها الخروج بالكاميرات إلى الأماكن العامة ووسط جموع المشاركين فى اللقاءات الرياضية على سبيل المثال وذلك لعمل استقصاء حول منتجاتنا وطرح بعض الأسئلة واختيار بعض الفائزين تقدم لها الهدايا

القيـمة بإسم المنظـمة .

أشكال عديدة ومتنوعـة يمكن الحـديث عنهـا فى خصـوصيـة التـواجـد والمتـابعـة لكننا وحـتـى لا نحـد من الأفكار الابتكارية للقـارئ فـإننا منذ البـداية قد أشـرنا إلى أنـنا سنعـرض لبـعض الأمثلة فقط وليس بالحصر المحدود .

من هنا فإن على جهاز العلاقات العامـة أن يكون دائماً فى ترابط تام مع الأحـداث كـمـا بينا سـواء كـان هذا بالداخل أو الخـارج ، وذلك بوضـعـه لخططه وبرامجـه المثلى لتـحـقـيق هذا الترابط لترسيخ تواجده ومتـابعته المستمرة للحدث والتى تؤكد بالفعل أنه جهاز حيوى وفاعل .

رابعاً : التعامل مع الإعلام

لسنا وحدنا !! نعم لسنا وحدنا ، حقيقة وليست مقولة أدبية يطلقها كاتب كعنوان لروايته الجديدة فلأن العالم أصبح قرية واحدة كما هو معروف ، فلسنا وحدنا ولأن هناك رأى عام متابع لأنشطتنا ، فلسنا وحدنا ولأن هناك منافسة محمومة يتبارى أطرافها فى التفرد بالنجاح مستخدمين فى ذلك كل الطرق والأساليب المؤثرة على الجماهير ، فلسنا وحدنا .

كذلك فلأن وسائل إعلامية عديدة تحيط بنا من صحافة وإذاعة وتليفزيون وفضائيات وكلها تمضى فى توازى معنا ، بعضها قد يُحيى تقدمنا وبعضها قد ينتقد أداؤنا ، فعلينا أن نواجه، وعلينا ألا ندفن رؤوسنا فى الرمال ونغض الطرف عما يقولون .

ذلك أن التعامل مع الإعلام الآن أصبح من مفردات الحياة اليومية لأى منظمة كانت أو مؤسسة على إعتبار أن الإعلام إنما هو عين المتعاملين معنا بل وضميرهم والمدافع عن حقوقهم ومطالبهم ودون انتظار إذن منهم أو توكيل .

لهذا ، فإن التقاعس فى التعامل عما ينشر ضدنا من نقد

يكون أكثر إساءة لنا من الاتهام نفسه خاصة وإن حق الرد مكفول للجميع إلا إذا كان الاتهام هنا دامغ وكبير لا يملك المتهم به سوى التوارى والاختفاء بعيداً عن الأنظار .

كذلك فإن المتابعة الإعلامية من جانبنا ، حتى وإن كان مضمونها لا يستهدفنا ، فهى على الأقل تفيدنا فى التصرف مع الوضع العام ، هذا الوضع الذى من الممكن أن نتأثر به يوماً سواء بالسلب أو بالإيجاب غير أن التعامل مع الإعلام الذى نتحدث عنه ليس فقط من زاوية الجانب السلبى فى التعامل ، أى جانب المواجهة وتحمل عبء الدفاع ، بل أن هناك جانب آخر إيجابى لابد وأن نحرص على ممارسته فى كل وقت وبكل أسلوب متاح ، وذلك من خلال دعوة الإعلاميين المتخصصين منهم فى طبيعة عملنا للتعرف على مؤسساتنا وأنشطتها وما حققناه من نجاحات .

أيضاً ، فإن الجانب الإيجابى الذى نتحدث عنه هنا لابد وأن يشمل كذلك حملات الإعلام والتنوير ، تلك التى ينبغى على المؤسسات القيام بها ، لتساير إيجابية الاتجاه ، اتجاه المبادرة بالفعل وليس اتجاه تلقى ردود الأفعال .

وحتى نبين كيف يكون لنا خطط مدروسة مسبقاً فى

موضوع الإعلام الإيجابى فإننا نشير بداية إلى أن وضع تلك الخطط لابد وأن يكون لها جناحين أحدهما يهتم بالإعلام الداخلى والآخر يهتم بالإعلام الخارجى .

فالإعلام الداخلى إنما يمثل ركيزة هامة تساعد العاملين على تفهم دورهم وتفهم الموقف العام للمنظمة ككل ، وأيضاً تفهم متطلبات المرحلة وما هو مأمول فى المستقبل لتنفيذه وذلك عن طريق اللقاءات الجماعية أو النشرات الدورية أو المكاتبات أو مايراد الإعلام به سريعاً من خلال الاتصالات التليفونية أو الاجتماعات العاجلة لرؤساء الإدارات والأقسام وذلك بغية إعلامهم بصورة فورية بحقائق ما أو معلومات ما تشكل أهمية بالغة لسير العمل والأداء .

أما من ناحية الإعلام الخارجى ، فهو يعتمد فى الأساس على ما يسمى بالإعلام الموجه والذى يشمل الدعاية والإعلان عن أنشطة المنظمات والمؤسسات وهو فى أكمل صورة يتمثل فى الربط بين الإعلام المرئى والمسموع والمقروء فى آن واحد ، ولا يخالف ذلك بالطبع ما تقدمه المنظمات والمؤسسات من أدلة وكتيبات وشرائط ڤيديو أو اسطوانات الليزر كهدايا تعرض فيها المؤسسات والمنظمات مشروعاتها وإنجازاتها بالصورة أو الصوت

أو الكلمة حسب نوع الإعلام المطروح .

غير أننا ولكى نصل فى النهاية إلى منظومة إعلامية فاعلة ومؤثرة فلابد أن نشير إلى ضرورة التنسيق بين الوحدة الإعلامية للمنظمة ووحدات الإنتاج ، أو الخدمات التى تقوم بها الإدارات لتنفيذه ككل وذلك بهدف تحقيق رسالة إعلامية متكاملة تلبى كافة الاحتياجات ، احتياجات المنظمة من ناحية واحتياجات المتعاملين معها من ناحية أخرى .

أيضاً فإن وجود مكتبنا للإتصال الإعلامى داخل المؤسسات إنما يمثل بالنسبة لها صمام للأمان ، فهو يتحدث بلغة واحدة ومن خلال مسئول إعلامى واحد ومفوضاً من الإدارة العليا سواء بالرد عن ما ينشر حولها أو يعرضه للغير ما هو مطلوب الإعلام به ، وذلك بعيداً عن التصريحات العشوائية أو الغير مسئولة التى تصدر من البعض دون ضابط مما يؤثر على مصداقية المؤسسة ككل أمام الرأى العام .

من كل ما تقدم ، وعلى ما أوردناه من نقاط فيما يخص التعامل مع الإعلام إلا أننا وفى النهاية نؤكد على أن أوفق السبل للتعامل معه هو أن ننظر له بصفته شريكاً نستأنسه وليس خصماً نتجنبه أو ندخل معه فى صراعات فكلما كان

تعاملنا مع الإعلام تعامل إيجابى ، مستنداً على الحقائق والبراهين ، وفى إطار تحاور مستمر وخلاق ، كلما نكون قد التقينا معاً حول ما يحقق مصالحنا كمنظمات ومصالح من يتبنى قضاياهم كعملاء .

كذلك فإن فتح قنوات اتصال مباشرة ومستمرة مع أجهزة الإعلام يجعلها فى صورة أكبر من الشراكة التى نتحدث عنها وتساعدنا فى المقابل كذلك للتواصل الدائم مع الجماهير وذلك من خلال موافاة تلك الأجهزة بمستجدات عملنا وبما تطلبه هى من معلومات أو بيانات مما يدفع سريعاً بنشر كل الأخبار الحقيقية والهامة والتى تتناول مجمل أنشطتنا وتلقى الضوء على كل ما يبذل من جانبنا من تقدم أو جهود .

خاتـــمة

بعد استعراضنا لأهم البنود الخاصة بمهمتنا كعلاقات عامة وكيفية ممارستها عملياً ، هل يمكننا القول إذا أننا قد قدمنا ما يمكن أن نسميه بالنموذج المثالى لرجل العلاقات ؟

فى اعتقادنا أن هناك جانب آخر له أهميته أيضاً وإن كنا قد ألمحنا إليه فى حديثنا إلا أننا لم نوليه العناية اللازمة رغم ما له من أثر فى تحقيق تلك المثالية والتى قد يفرغها تماماً من محتواها وهذا فى صميم تكوين الرجل - رجل العلاقات العامة - بل ويعتبر عاملاً أساسياً لتكامل شخصيته .

إن ما يسمى بالقناعة الخاصة للإنسان بعمله وأهمية دوره تجعله مقبلاً عليه طواعية بكل ما له من قدرة وبأعلى ما يمكنه من إيجابية والعكس صحيح .

أيضاً فإن هناك البعض قد يظن أن العمل بالعلاقات

العامة عمل سهل أو ذو بريق يميزه أو يقربه من مصدر السلطة أو صانع القرار .

مخطئ من يبنى حساباته على هذا النحو ، ذلك أن الإنسان ومهما كان موقعه لا يحترم من قبل إداراته العليا إلا على قدر عطاؤه الوظيفى ، والعطاء فى مهنة كمهنة العلاقات العامة عطاء بلا حدود إن صح التعبير ، إذ قد تعمل ليلاً وفى جو قارس ، وزملائك ينعمون بالدفء فى منازلهم هناك وقد تعمل ولديك ظروف خاصة تؤرقك ولكن عليك التمسك دائماً بالإبتسامة وإشاعة جو المرح بين الآخرين .

كذلك ومادمنا نتحدث عن المثالية - والكمال لله وحده سبحانه - فإنه قد يوجد هناك أنواع من عدم التوافق بين مثالية أداء الفرد ومثالية الإمكانيات المتاحة ، وهذا ما يعانى منه الكثير من رجال العلاقات العامة خاصة فى المنظمات المتواضعة أو الصغيرة ، لكن من دون المقبول أن نسمع تلك المعاناة من قرنائهم فى المؤسسات الضخمة والكبرى ، ذلك أن توفير الإمكانات لرجال العلاقات العامة بها يعد من الأمور الأولية والدافعة لنجاح تلك المؤسسات فلا يعقل أن يكون هذا الجهاز - العلاقات العامة - وهو الواجهة المرئية لأى مؤسسة أقل إمكانية وقدرة عن باقى الإدارات .

كما وأن المثالية فى أداء رجل العلاقات تتطلب كذلك تنمية الجانب الثقافى لديه ليس فقط فى زاوية عمله وتخصصه ، بل الثقافة العامة عموماً لشتى أوجه الحياة حتى ولو كانت فى أبسط صورها من خلال الجرائد اليومية أو المجلات الأسبوعية التى تصل إليه ودون أى معاناة .

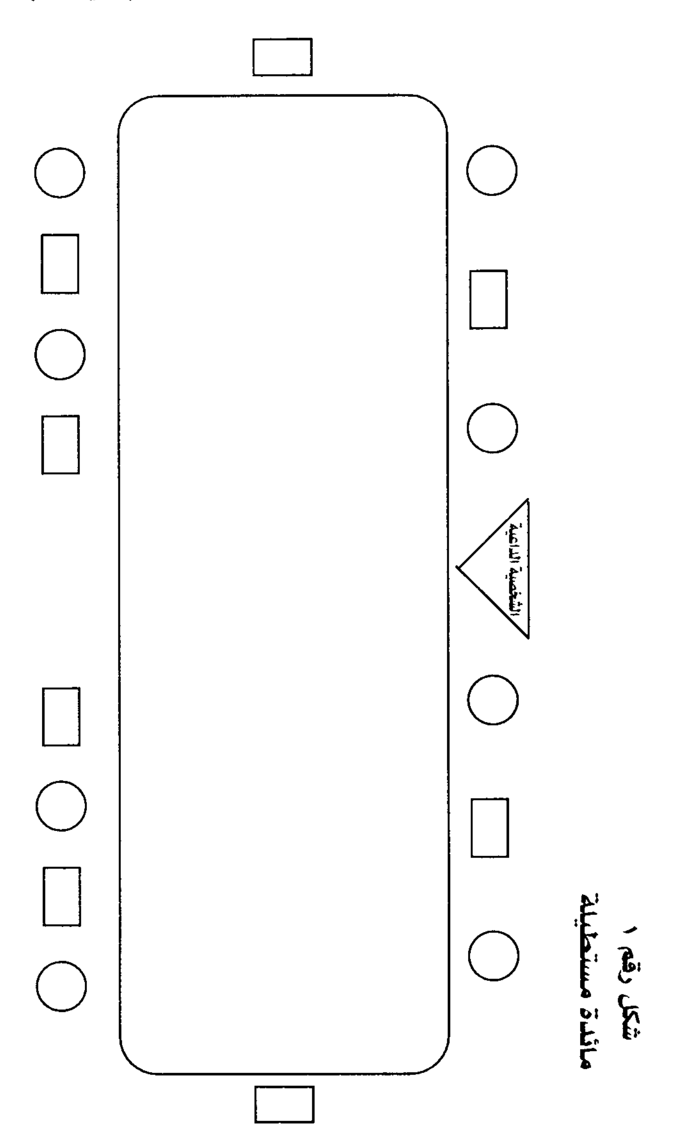
كذلك ، فإن تعظيم المشاكل وتصديرها للإدارة العليا هو أمر ليس مرغوب فيه ، فكلما ابتعدنا عن إشاعة جو القلق فهذا أمر مفيد ، وكلما اقتصدنا فى حجم مطالبنا لديهم فهذا أمر آخر مفيد ، وكلما قللنا من الشكوى لما نبذله من جهد فهذا أيضاً أمر جد مفيد .

ثق أن الإدارة الواعية التى تعمل معها ، لها عين ترى وذكاء يستوعب أكثر مما تريد أن تقول ، ثق أنها مثلك تماماً تهدف إلى المثالية والنجاح ، وثق أن تقديرها لك ولأدائك دليله أنك مازلت هناك ، فقط عليك المثابرة والبذل فهذا هو قدر المحبين لهذا العمل الراقى والمتميز والذى ينفرد بخصوصية وديناميكية بين العديد من الأعمال ، إنه عمل العلاقات العامة ، وفن ممارستها الجميل ،



رســوم مخــتارة

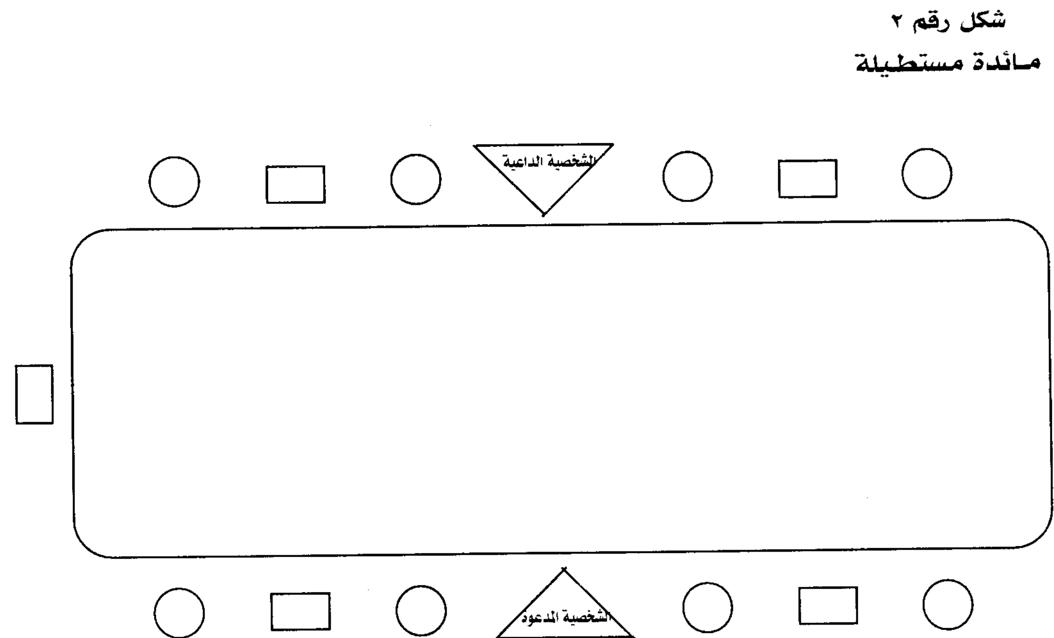
يتلاحظ أن المقاعد المستديرة يقصد بها السيدات والمقاعد المربعة يقصد بها الرجال



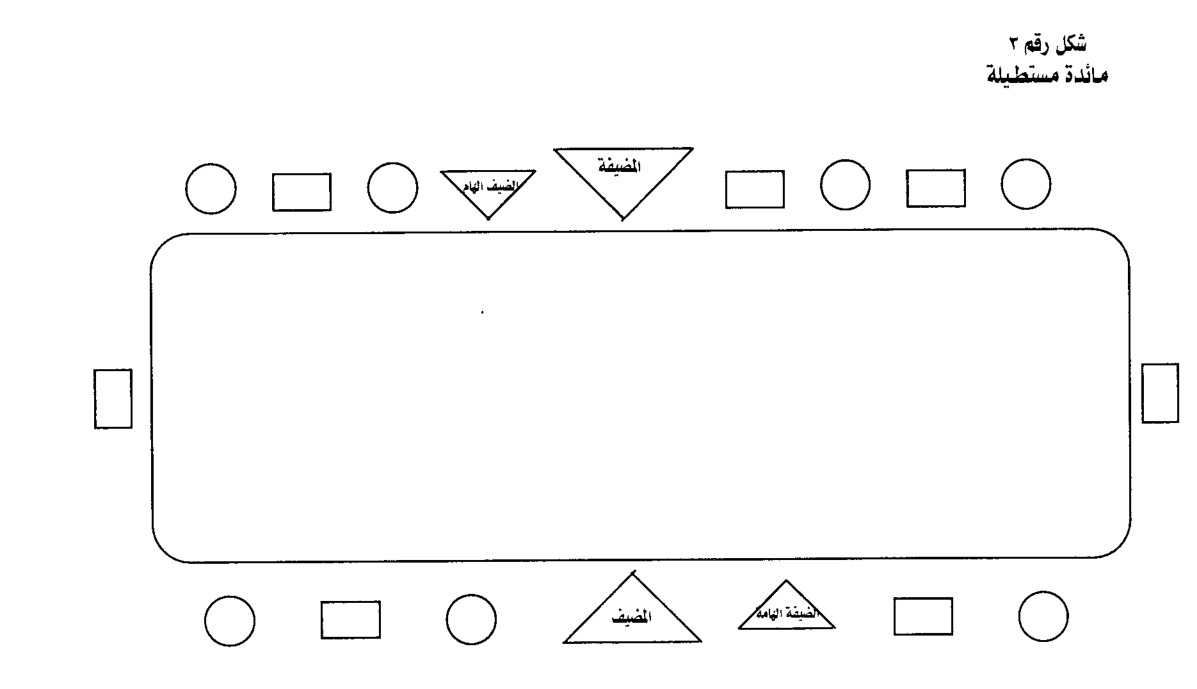
شكل رقم ١
مائدة مستطيلة

شكل رقم ٢

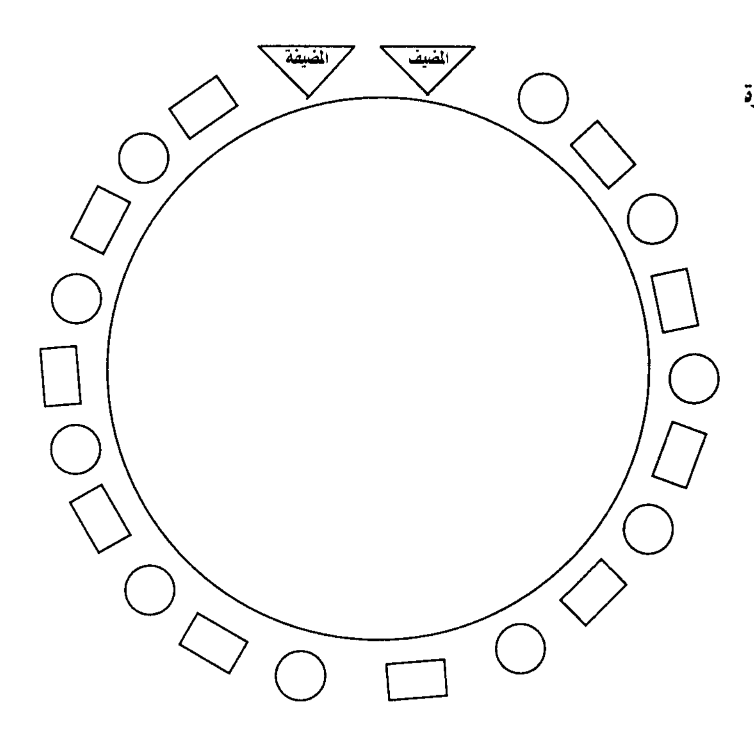
مـائدة مستطيلة



شكل رقم ٣
مائدة مستطيلة

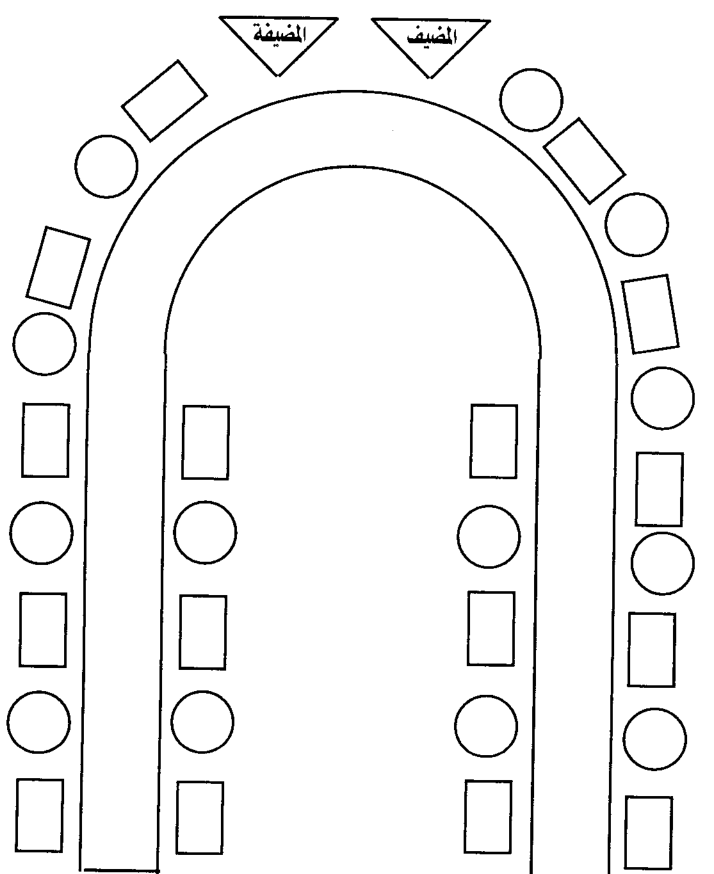


شكل رقم ٤
مائدة مستديرة



شكل رقم ٥

مـــائدة حـــدوة



شكل رقم ٦

مـــائدة مشــط

تقديم التذكار

توقيع البروتوكول

الشاي بالحديقة

ملف المؤتمر

تصـــويب

الصفحـة	السطـر	الخطـأ	الصــواب
١٩	١١	إذا	إذ
٢٤	٦	الإحترام	بالإحترام
٢٩	٩	إليه	إليهم
٣٥	١	القرار	قرار
٤١	١٠	جمع	جميع
٤٢	٢	البلاد	البلدان
٦٠	٧	يعرفوك	يعرفونك
٦٣	١	العلاقة	العلاقات
٦٨	٥	إذا	إذ
٦٨	١٧	إتفاقات	إتفاقيات
٨١	٥	السابق	✖
٨٨	٦	التعاملات	التعامل
٩٧	٩	لم يقدم	ولم يقدم
١٠٢	٢	مصافحتهم	مصافحتهن
١٠٨	٢	بوصول	بزيارة
١٠٨	٣	لوصولها	لوصوله
١٠٨	٤	وصولهم	وصوله
١١٨	٥	العاملين	للعاملين
١٢٠	١٧	إلا	لا
١٢١	١٨	تقدم	لتقدم
١٢٦	١١	حولها	حولنا
١٢٦	١١	يعرضه	بعرضه
١٢٦	١٧	نستأنسه	نأتنس به
١٣٠	١١	أنواع	نوع
١٣١	١٧	،	.

رقم الايداع ٥٦٩٥ / ٢٠٠٤